صناعة الكتاب

من المؤلف
إلى الناشر
إلى القارئ



تأليف داتيس س. سميث

ترجمة الدكتور محمد على العريان

عصمت أبو المكارم

محمود عبد المنعم مراد

تقديم الدكتور السيد أبو النجا

صناعة الكتاب

من المؤلف إلى الناشر إلى القارئ

نشر هذا الكتاب بالاشتراك

مـــع

مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر

القاهرة ـ نيويورك

فبراير سنة ١٩٧٠

صناعة الكتاب

من المؤلف إلى الناشر إلى القارئ

تأليف

داتس سي. سميث

ترجمة

عصمت أبو المكارم

الدكتور محمد علي العريان

محمود عبد المنعم مراد

تقديم

الدكتور السيد أبو النجا

الناشر

المكتب المصري الحديث

للطباعة والنشر

تليفون ٢٦٦٠٩

إسكندرية

المشتركون فى هـــذا الكتاب

المؤلف

داتيس سى . سميث : عرف فى آسيا والشرق الأوسط بأنه « السفير الأمريكى للكتب » ، وكان رئيسا لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، لفترة امتدت أكثر من أربعة عشر عاما . ثم انتقل فى آخر سنة ١٩٦٧ نائبا لرئيس مؤسسة جون روكفلر الثالث . شغل من قبل عدة مناصب ، فكان مديراً لمطبعة جامعة برنستون ، كما كان رئيسا لاتحاد مطابع الجامعات الامريكية . وكان عضوا فى مجلس ادارة جمعية ناشرى الكتاب الامريكى ، وعضوا باللجنة الاهليـــة .

وقد حصل على درجة البكالوريوس فى العلوم سنة ١٩٢٩ . كما منحته جامعة برنستون درجة الماجستير الفخرية فى سنة ١٩٥٨ اعترافا منها باسهامه فى نشر الثقافة عن طريق مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر .

المترجمون

الدكتور محمد على العريان . كان يعمل استاذا للتربية فى كلية المعلمين جامعة عين شمس ، كما كان خبيرا للأمم المتحدة بمعهد تدريب المعلمين بالخرطوم ، ويعمل الآن بجامعة ميامى ووسترن . حصل على ليسانس الآداب بقسم اللغة الانجليزية من كلية الآداب جامعة القاهرة مع درجة الامتياز سنة ١٩٣٩ ثم حصل على دبلوم معهد التربية العالى للمعلمين بالقاهرة مع مرتبة الشرف سنة ١٩٤٠ — درس فى اكسفورد واكستر بانجلترا وحصل على دبلوم اللغة الانجليزية . ثم حصل على درجة الماجستير فى التربية وعلم النفس من جامعة كولومبيا سنة ١٩٥٠ ، ودرجة الدكتوراه فى التربية من جامعة كولومبيا سنة ١٩٥٢ ، وكذلك عمل بدار التحرير للطبع والنشر . ترجم كتبا كثيرة من

بينها « النفس المنبثقة » و « نظرات فى الثقافة » و « أحاديث للمعلمين » و « النشاط المدرسى فى المرحلة الثانوية » و « عندما يواجه المعلمون انفسهم » و « نظرات فى التعليم الثانوى » و « لماذا نعلم ؟ » و « البرجماتية » و « قاموس جون ديوى للتربية » و « أفكار وشخصية وليم جميس » و « نافذة على الميدان » و « مشكلات الآباء والأمهات » ، وجميعها من الكتب التى أصدرتها هذه المؤسسة .

عصمت ابو المكارم : يعمل محاسبا قانونيا . حصل على بكالوريوس المحاسبة عام ١٩٤٦ وماجستير المحاسبة عام ١٩٤٩ ، عمل مراجعا مسئولا فى مكتب برايس واترهاوس المحاسبين القانونيين فى مصر والخارج . يمارس مراجعة وتخطيط وتنظيم حسابات مؤسسات القطاعين العام والخاص .

يتولى مراجعة بعض الشركات والهيئات فى مصر والخارج . من بينها المؤسسات المتخصصة فى النشر والطباعة .

محمود عبد المنعم مراد : رئيس مجلس ادارة اتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة والأمين العام للاتحاد العام للناشرين العرب والمدير العام لشركة دار المعرفة للطبع والنشر .

حصل على ليسانس الآداب من جامعة القاهرة عام ١٩٤٠ ثم دبلوم المعهد العالى للصحافة والتحرير والترجمة عام ١٩٥٢ .

شغل عدة وظائف حكومية كما اشتغل بالاذاعة محررا للأخبار ومعلقا فى مجال السياسة الدولية .

اشتغل بالصحافة عام ١٩٤٨ كاتبا ومحررا ورئيسا للقسم الخارجى بجريدة المصرى ثم مديرا للتحرير حتى عام ١٩٥٤ . له كثير من المقالات والتعليقات والتحقيقات الصحفية وترجم ونشر عدة كتب فى الأدب والسياسة

صاحب المقدمة

الدكتور **السيد الصادق أبو النجا** : تخرج من مدرسة التجارة العليا سنة ١٩٢٩ واشتغل بالتدريس فى مدارس التجارة . ثم سافر فى بعثة دراسية الى انجلترا حيث حصل على D.A.A. من لندن سنة ١٩٣٨ . وفى سنة ١٩٤٣ عين استاذا للادارة فى كلية التجارة جامعة الاسكندرية . وفى سنة ١٩٤٦ ترك التدريس واشتغل فى ميدان الصحافة حيث عمل مديرا لجريدة المصرى ، وفى سنة ١٩٥٦ عين مديرا عاما لدار أخبار اليوم . عين استاذا غير متفرغ بكلية المعاملات بجامعة الأزهر عام ١٩٦٣ وفى نفس السنة عين عضوا بمجلس ادارة الأهرام ، ومشرفا عاما على دار المعارف بمصر ، ورئيسا لمجلس ادارة المعارف بلبنان . وفى يناير ١٩٦٧ عين رئيسا لمجلس ادارة المركز العربى للبحوث والادارة (آرآك) . ألف كتاب « دراسة السوق » كما اشترك فى تأليف كتابى اعمال السكرتارية (جزئين) ومبادىء الاقتصاد والتجارة (جزئين) .

مصمم الغلاف : الفنان حسين بيكار

المحتويات

صفحة

تصدير

بقلم

أحمد رياض أباظة

المدير العام لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر

لـــا كان مؤلف هذا الكتاب جهبذا من جهابذة هــذا الفن « صناعة الكتاب » ، اذ قد عاش منذ بدء حياته العملية فى هذا المصنع ، مديرا لمطبعة جامعة برنستون ، فرئيسا لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر حقبة اربت على ستة عشر عاما ، يشارك بفكره وادارته فى كل دقيق وجليل من هذا العمل ، ويعايش الكتاب وهو جنين ، الى أن يولد ، ثم يشب ، ويترعرع فيصير خلقا سويا يمشى فى الاسواق ، تتناوله الايدى ، وتتغذى به العقول .

وهذه الحقبة الواسعة خولت له الطواف بالعالم زهاء أربع عشرة مرة ، فمن امريكا الى أوربا . ومن آسيا الى افريقية ، وهو فى كل هــذه الجولات لاهم له الا الكتاب وصناعته ، يعطيه من مواهبه وحسن ذوقه ، ويزداد بما يعالج تجربة فوق تجربة ، مشاركا ذوى الالباب ، فى هذا الباب ، الآراء والخبرات . حتى اذا تجمعت له من ذلك كله حصيلة صبها فى كتابه هذا أملا فى أن يستفيد به المستفيدون ، ويستعين به الراغبون .

اقول لـــا كان ذلك كذلك ، اتجهت حين قررت المؤسسة نقله للغة العربية الى أن يقوم بهذا النقل الأمين الدقيق نخبة من المشهود لهم بالكفاية العالية فكان من حظ الاستاذ الجامعى الدكتور محمد على العريان استاذ التربية ، وهو علم فى التأليف والترجمة — أن يضطلع بترجمة القسم الخاص باختيار موضوع الكتاب وتأليفه او ترجمته ، وتجهيزه والتمييز بين الانواع المختلفة من الكتب .

أما الاستاذ محمود عبد المنعم مراد — رئيس اتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة ، والامين العام لاتحاد الناشرين العرب — فقد تولى ترجمة القسم الخاص بانتاج الكتاب ، من حيث الطبع ، والاخراج — حجما وتجليدا وشكلا — وكذلك حقوق النشر المترتبة على ذلك .

وأما الاستاذ عصمت أبو المكارم — ماجستير فى المحاسبة — والمحاسب القانونى ، ومراجع حسابات دار المعارف ، وفرانكلين ، واتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة ، وغيرها من دور النشر والتوزيع فقد عهدنا اليه بترجمة القسم الخاص باقتصاديات نشر الكتاب ، تكاليف ، وبيعا ، ومحاسبة ، الخ .

أما صاحب المقدمة فهو رجل يعترف بقدرته وبراعته وحسن ادارته وغزير علمه كل من عمل أو تعامل معه ، وهو استاذ لجيل كبير ناجح من رجال الصحافة والادارة والنشر والاعلان ، هو استاذنا الدكتور السيد أبو النجا .

ولعلى أطمئن بهذا اننى أعطيت القوس باريها ، واسكنت الدار بانيها — على حد ما يقول المثل العربى .

ولقد استحثثت سير الكتاب فى خطواته المتتالية حتى أحقق لناشره بالعربية « المكتب المصرى الحديث » بالاسكندرية رغبته أن يظهر ويكون فى أيدى قرائه أبان قيام « معرض الكتاب الدولى » الثانى الذى تقيمه هيئة التأليف والترجمة والنشر فى القاهرة ابتداء من ٢٩ يناير سنة ١٩٧٠ ليكون النفع به أوفى ، والجدوى منه اكمل .

والله ولى التوفيق

تقديم
بقلم
الدكتور السيد الصادق أبو النجا

يعجبنى فى هذا الكتاب أنه وضــع يده فى « زكيبة الفحم » من أول صفحة . لم يكتف بالمبدأ والنظر ، وانما عالج التطبيق والممارسة . لم يقل للقارىء « ماذا » وانما قال « كيف » . لم يطف فوق السطح ، بل جال فى الاعماق . قام برحلة وصفية فى أذهان المؤلفين ، وقام برحلة استكشافية بين أمزجة القراء ، ثم ضم آثار الرحلتين ليؤلف بينهما وكأنه خاطب يسعى الى جمع راسين فى حلال ! أما الناشر فقد فتح الكتاب دفاتره ليقرأ أرقامها ، وفتح مطابعه ليعد آلاتها ، وفتح مكتباته ليفصل مهامها فى بيع الكتاب .

ويعجبنى فى هذا المؤلف أنه لم يعالج الكتاب كرسالة ، وانما عالجه كصناعة ، فالرسالة كتب فيها الاولون نثرا وشــعرا ، والرسالة أرهقتها المؤلفون بالمعالجة لانها أسهل ما يطرقون ، فهى مجرد أخلاقيات وشعارات واقتباس من الادباء والتقاليد واستشهاد بأقوال الحكماء والفلاسفة . كلام مزوق ومعاد فى قوالب مختلفة وان لم يختلف عليه ناس ولم يعترض عليه أحد . وقد يردده المؤلف ليرضى نفسه ويستطلى بذاته قبــل أن يكسب له انصارا أو يرد عنه خصوما .

ان الكتاب رسالة منذ نزلت الكتب السماوية وصدرت كتب التفسير . والكتاب رسالة منذ عالج مشاكل البشرية ومطالب الفقراء وأمراض المصابين . ولكن من الكتب ما نجح فى اداء رسالة على اوسع نطاق ، ومنها ما بقى رهين المخازن لا يستطيع ان يبرحها ليضع نفسه تحت أعين القراء . ان من يقول ان الكتاب رسالة كمن يقول ان النظافة من الايمان . ومن يقول انه صناعة كمن يقول ان النظافة ماء وصابون وثلاجة ومجار تحت الأرض .

والصناعة هى التى هيأت للكتاب الاول أن يروج وحكمت على الكتاب الثانى بالفشل . ذلك لان فى الاول مقومات السلعة الجيدة من مادة طيبة ، وورق جيد وطباعة أنيقة . وفى الثانى من دواعى الفشل عرض سىء ، وأحرف مشوهة وحبر ردىء وتجليد رخيص .

ان الكتاب سلعة كسائر السلع ، لا يأخذ سبيله الى الاسواق برسالة وحسب وانما يشق طريقه بها وبمقوماته السابقة ، وبسعره المنافس ، وتسويقه العلمى ، وتمويله المدروس ، وبالاعلان عنه فى جميع مظان الطلب عليه . على أن الكتاب اذا لم يتمكن من بيع نسخه فهو لم يتمكن من أداء رسالة ، لان التوعية لا تتم الا حين تتم اللقيا بين المؤلف والقارىء فوق صفحات الكتاب ، فاذا لم تحدث هذه اللقيا فيالخيبة المؤلف فيما سطر من راى ، ويالخيبة الناشر فيما دفع من مال ، ويالخيبة الطابع فيما انجز من ملازم ، ويالخيبة الموزع فيما بذل من جهد ، كل هذا أصبح عبثا لأن القراء لم يستفيدوا منه . انه وليمة أعرض عنها الطاعمون !

والكتاب قد يكون من السلع الميسرة ... Convenience goods اذا كان موضوعه عاما كالمصاحف والكتب الدينية والمدرسية والقصصية وكتب الاطفال . وقد يكون من السلع الخاصة Speciality goods اذا كان علميا أو فنيا أو من كتب التراث أو الموسوعات والاطالس والقواميس .

والكتب الميسرة يلعب فيها السعر والاخراج دورا كبيرا فى تكييف الطلب عليها ويعلن عنها عادة فى الجرائد والمجلات . أما الكتب الخاصة فالمهم فيها موضوعها واسم مؤلفها وناشرها . والاتجاه فى بيعها يكون رأسا الى المستهلك الاخير وهو القارىء ثم الى المكتبات العامة Libraries والمعاهد العلمية Scientific institutes ولذلك يحسن الاعلان عنها بالبريد .. direct mail وفى الصحف المهنية trade papers .

ومهما يكن نوع الكتاب فهو يتميز فى انتاجه بأنه منجم ذهب أو بئر فلوس . ان معظم نفقات طبعه لاتتأثر كثيرا بعدد النسخ ، فالصف والتصوير

والتوضيب والتصحيح والمصروفات الادارية كل ذلك يكاد يكون ثابتا بقطع النظر عن توزيعه . وحقوق التاليف لا تقل على كل حال عن حد معين ، ولا تزيد دائما بنسبة زيادة المبيعات . ومن هنا كانت اهمية التسويق فى ميدان النشر . فكلما زادت المبيعات من كتاب ارتفعت أرباحه بنسب متزايدة . واذا قلت مبيعاته عن مستوى معين أصبحت خسارته محققة .

ويتميز الكتاب عن الصحيفة بأن ثقافته رأسية انتقائية Selective ولذلك يتجه الى جمهور محدود . أن القارىء يتناول مادة الكتاب فيمضغها مضغا ، بينما يتناول مادة الصحيفة فيبتلعها ابتلاعا . وقد جنحت المجلات اخيرا الى معالجة بعض الموضوعات فى عمق عن طريق الاستطلاعات فزاحمت الكتب فى بعض الميادين .

ولكن الكتب دافعت عن نفسها بالالوان والاخراج والطبع على القماش أو على الورق بعد معالجته معالجة لا تتأثر بالرطوبة أو الاحماض كما فى الكتب الطبية التى تدخل المشرحة .

ثم ماذا ؟

ثم ان النشر فى أوربا وأمريكا صناعة تحمل رسالة . ودخله فى فرنسا ياتى قبل دخله من صناعة النفاثات . ولكنه فى البلاد العربية لا يزال فى حاجة الى معونة الحكومات ، لأنه لا يصدر عن مؤسسات مالية — ولا أقول تجارية — كما انه لا يزال محصورا فى الموضوعات التقليدية من ادب وتراث .

ولعل مما يدفع الناشرين الى الانكباب علىكتب التراث انهم لا يدفعون فيها حقوق تأليف . وقد وجدوا أن استيراد الافلام المصورة من الخارج ارخص من تصويرها فى الداخل فاستغنوا عن فصل الالوان فى مطابعهم وبذلك اصبحت الكتب العربية صورا من نظائرها فى الخارج ولم تعد لها الشخصية المتميزة والسمة العالمية .

والناشرون العرب لم يشتركوا حتى الآن فى سجل موحد Bibliography

ليكون كل منهم على علم بالمؤلفات التى ظهرت . ولذلك تظهر كتب فى احدى العواصم العربية سبق أن نشرت فى عاصمة أخرى مما يكلف الناشر نفقات كان فى غنى عنها .

وكتب الاطفال لا تزال ساكنة Static لا حركية Dynamic فعمليات التكسير والتجسيم وتركيب اللوالب والزمامير لم تدخلها بعد .

والكتب الطبية ينقصها ابراز الشرايين والأوردة عند التصوير . وينقصها فى الرسم ايضاح الحركة الدموية من القلب الى الرئة واستخدام البلاستيك والورق الشفاف لتكوين هيكل كلى من أجزاء موزعة على الصفحات .

ان ضيق السوق العربية قد يكون مسئولا عن بعض هذا التخلف . ولكن لا يزال فى وسع الناشرين مع ذلك أن يفعلوا الكثير . وهذا الكتاب مساهمة جادة من مؤسسة فرانكلين فى الاخذ بأيديهم الى ما يرغبون .

وماذا بعد ؟

أما بعد ، فان الدكتور محمد على العريان رجل واسع المعرفة كثير المؤهلات ، وقد ترجم من قبل لمؤسسة فرانكلين عددا كبيرا من كتبها ، فمن الطبيعى أن يقوم بترجمة أكثر الفصول فى هذا الكتاب .

والاستاذ محمود عبد المنعم مراد هو رئيس اتحاد الناشرين فى الجمهورية العربية المتحدة ، وقد كان صحفيا مرموقا ثم آثر صناعة الكتاب . فاشتراكه بترجمة الفصلين السابع والثامن عشر متعة نفسية تستحق مؤسسة فرانكلين منه الشكر عليها ، وعشرات الالوف من القراء مستعدون ليردوا له هذا الشكر .

وأما الاستاذ عصمت أبو المكارم فهو رجل أرقام ، وارقامه فى معظمها من نوع خاص يتصل بنشر الكتاب ، ولذلك أحسنت مؤسسة فرانكلين حين استغلت فيه هذه الصفة الغالية .

ان المترجمين الثلاثة نقلوا عن عدد كبير من الذين اشتركوا فى وضع هذا الكتاب . وانا لا أعرف منهم احدا ولكن لابد انهم مجموعة متكاملة من الفنيين فى صناعة النشر ، والا فكيف تسنى لهم اخراج هذا الكتاب القيم ؟

نبذة عن هذا الكتاب

ليس فى وسع امرىء أن يتعلم عن نشر الكتب من كتاب ، وانما يتعلم ذلك بالتجربة والعمل والممارسة والأداء . وثمة ناشرون راسخون فى المهنة فى شتى أنحاء العالم ، فى البلاد التى اكتملت لها أسباب التقدم والنمو والبلاد التى هى فى سبيل التقدم والنمو سواء بسواء . وهؤلاء الناشرون الراسخون أثبتوا نجاح طريقة التعلم بالتجربة والعمل والممارسة والاداء ، لا مراء . ذلك أنهم افلحوا وحالفهم التوفيق بعد أن بدأوا على أول الدرب وليس فى جعبتهم سوى العقل والعزيمة والطاقة واليسير من رأس المال .

وهذه الحقيقة خليقة بأن تنير السبيل لأولئك الذين يسيرون على أول الدرب فى مهنة نشر الكتب فى الدول النامية فى آسيا وافريقيا وأمريكا اللاتينية ، وأن تبعث فى نفوسهم التفاؤل والتشجيع والمثابرة .

وليس ثمة ريب فى أن هذا الكتاب موجه بصفة خاصة الى هذه الفئة من الناشرين فى تلك البلاد الذين هم على أول الدرب أو فى وسط الشوط .

ومن سار على الدرب وصل وهو بالغ نهاية المطاف اذا أراد

على أن هذا الكتاب لا يبتغى سوى أن يشرح ويفسر المبادىء العامة لنشر الكتب ، وأن يزود القارىء بطائفة من المعلومات والبيانات التى يتخذهابمثابة اطار للمراجعة والتثبت بالقياس الى الأمور التى يتعين على الناشر أن يفقهها ويتعلمها ، لا مناص ، وهو يمضى فى طريقه من اول الشوط الى نهاية المطاف .

ومن المسلم به أن المبادىء العامة تكاد تكون واحدة فى أى مكان ، ولكن الظروف التربوية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات التى يزودها نشر الكتب بهذا الضرب من الخدمات ، تختلف اختلافا بينا فى مختلف أجـزاء العالم .

بيد أن التسويغ الممكن لهذا الكتاب هو أنه يحاول أن يسرد بعض العموميات فى نشر الكتب التى تتسم بطابع عموم التطبيق وعموم السريان على أيةثقافة، ثم فى نفس الوقت ، وحيثما يكون ذلك ممكنا ، عندما نضع فى الحسبان مثل هذه الظروف المتباينة القائمة فى مناطق العالم النامية ككل ، بالقياس الى صلاحية المادة وملاءمتها للقراء الذين يستهدفهم الكتاب فى تلك البلاد ٠

ولا مراء فى أن الكتب الكثيرة الاخرى عن نشر الكتب ، وان كان معظمها ينصب اساسا وتركيزا على الظروف والأحوال فى المجتمعات ذات الصناعة الدقيقة المعقدة فى الطباعة والنشر ، يمكن أن تكون ذات قيمة كبرى وفائدة عظمى لقراء هذا الكتاب الذين يبتغون متابعة المزيد من الدراسة لبعض النواحى والزوايا الخاصة للمشكلة العامة ٠

وانصافا للحقيقة فان فصول هذا الكتاب لا تكاد تمس سوى سطح القضايا المعروضة . وهناك مراجع ومصادر أخرى أشير الى طائفة قليلة منها فىقائمة المراجع ، وهذه كفيلة بتزويد القارىء بالتفاصيل المفيدة ٠

ولكن الرسالة الرئيسية التى يطيب لمن أسهموا فى هذا الكتابأنيبلغوها لقرائه هى ان لزاما على كل بلد على حدة انيصطنع طريقته ووسيلته وسبيله الخاص فى نشر الكتب بما يتفق وظروفه وامكاناته المتاحة ٠

وفى وسع كل منا أن يتزود بأفكار من ملاحظة ما يجرى فى البلاد الأخرى ، وهذه الملاحظات خليقة بأن تكون ذات جدوى ونفع بحد ذاتها وبمثابة حوافز للأفكار أو بدايات أفكار تضع اقدامنا على أول الدرب فى تفكيرنا ووعينا وسعينا على نحو موصول ٠

ولكن المحك النهائى لنا جميعا هو ما نفعله نحن أنفسنا وننجزه ، اداء وعملا .

وعلى هذا فان هذا الكتاب ، يقدم نفسه ، على استحياء وتواضع ، كنوع من التحفيز على الأفكار وليس كوصفة يمكن او يتحتم اتباعها بدقة فى اى بلد كما لو كانت بلسما شافيا يتعين تنفيذه بحذافيره ٠

الجزء الأول

نشر الكتب والتنمية القومية

الفصل الأول

فن التدبير والمآرب العامة

فى أى بلد سواء أكان مكتمل النمو أم فى سبيل النمو والتطـــور ، فان صناعة الكتب تعتبر صناعة صغيرة بالقياس المالى .

ولكن تماما مثلما يستطيع محول صغير أن يحرك ويضبط آلة ضخمة أو جهازا كهربيا يحمل الطاقة الى مناطق بعيدة ، فكذلك نشر الكتب يعتبر أيضا « مفتاحا » .

ولعل هذه الحقيقة ليست مفهومة ولا مقدرة لدى الناس الذين هم خارج نطاق الميدان .

ومن ثم فمن أهم العوامل فى الخطة الكبرى لتنمية الكتاب فى أى بلد هو ضرورة شرح وتفسير حقيقة الدور الذى يؤديه نشر الكتب كمفتاح للتنمية التربوية والاجتماعية والاقتصادية ومن ثم ، للمواطنة الصحيحة . وان يبلغ هذا التوضيح للرأى العام ، أو على الأقل لمن بيدهم زمام التخطيط القومى .

وعلى المستوى العملى فى أقصى درجاته ، وفى لغة وأسلوب يسهل فهمه واساغته واستيعابه عند الناس خارج عالم الكتب ، فان الفكرة يمكنتبسيطها الى اقصى حـــد بالقول بأن التربية هى التثمير الأساسى من أجل التنمية الاقتصادية ، وأن الكتب هى الادوات الاساسية للتربية والتعليم.وعلاوةعلى ذلك ، فانه اذا أريد للكتب أن تكون نافعة حقا ، فيجب أن تلبى الحاجات الحقيقية للقراء واهتماماتهم .

والكتب الأجنبية ، اذا كانت باللغة المناسبة ، يمكن أن تكون مفيدة بطرق كثيرة لبعض أنواع القراء ، بل فى الواقع من الأمر فان حقيقة أن الكتب ترد من الخارج ، بالنسبة لبعض فئات القراء فى المستويات العليا ، لها مزايا محققة مردها الى أنها تعرض وجهة نظر عالمية · بيد أنه بالنسبة لمعظم قراء الكتب فى معظم الدول فمن الزم ما يلزم أن تنمو الكتب من التربة المحلية وتتغذى بلبابها وعناصرها .

وبصرف النظر تماما عن مسائل الكبرياء القومية ، والرغبة الطبيعية لمعظم الدول فى أن تكون لها صناعة كتب محلية تملكها وتدير دفتها ، فان الحاجة الى صناعة كتب محلية مطلوبة فعلا وضرورية فعلا مهما تكن فرص استيراد الكتب من الخارج متاحة وعلى أوسع نطاق مستطاع ، لأن ذلك ضرورى للثقافة القومية وللاخصاب الثقافى ، ولاثراء الفرص للتعبير الذاتى للمفكرين والكتاب والفنانين القوميين ، ولتزكية الشعور بالوحدة القومية ، وكذلك الاحساس المشترك بالتراث التاريخى ·

بيد أن الحجة التى لها وزن خاص عند القادة القوميين وأولى الأمر ، اذا بدا لهم أن الحجتين السابقتين لهما رنين « فلسفى » جدا ، هى أن القراء من الناشئة ، أو الكبار الحديثى العهد بالقراءة بعد محو أميتهم ، يتعين اثارة اهتمامهم وشغفهم ، اذا أريد لهم أن يتمتعوا بثمرات فن القراءة التى اكتسبوها حديثا ، ويتعين أيضا أن يكون لديهم شعور بالمتعة والفائدة اذا أريد لهم أن يواصلوا القراءة .

والقراءة الحرة التلقائية ، تمثل أرخص ضروب التعليم ، وهى خليقة بأن تنتصر على كل الصعوبات الاخرى بما فى ذلك نقص المعلمين الجيدين - وهى قمينة بأن تؤتى أكلها اذا توافرت الكتب الجيدة التى تتناول الحقائق الميسورة الفهم والاوضاع التى تمس حياة القارئ فى خبراته ·

وليس معنى ذلك التهوين من شأن فائدة الكتب ذات الطابع المتخصص

الواسع الأفق ، التى تعكس ثقافات البلاد الأخرى ، والتى من شأنها أن توسع أفق القارىء .

بيد أنه ليس ثمة جدوى أو مسوغ بالنسبة للمبتدئين من القراء فى قرية آسيوية أو افريقية او احدى بلاد أمريكا اللاتينية فى تناول الحديث عن المترو أو قطار تحت الارض فى مدينة نيويورك ، أو فى الاشارة الى جغرافية وطعام وادوات ، وملابس ، والعاب ، وحيوانات المزرعة ، وأشجار وأزهار ، واشكال الحكم وسير الأبطال القوميين ، الخ ، الخ ، وهلم جرا من الأشياء والأحياء مما يقع خارج نطاق خبرة القراء تماما .

فاذا ما اقتنع القادة وأولو الشأن فى البلاد المختلفة بأن وطنهم ينبغى أن يكون له صناعة قومية للكتب قائمة بذاتها ، او ينبغى أن يدعموا صناعةالكتب القائمة لديهم والتى بدأت ، فان الخطوة التالية هى اقناعهم بالخطوات العملية التى يجب اتخاذها لبلوغ هذا المأرب .

ومن ضمن هذه الخطوات قد تكون ثمة أمور عملية مثل رسوم الجمارك على العتاد والورق وغيرهما من المواد ، والتراخيص اللازمة للنقد الاجنبى المخصص لشراءهذه المواد،واجراءات البريد ، وتحسين وسائلنقل الكتب، واقرارفنون تنضيد الكلام ضمن دراسات مدارس التدريب المهنى،وانشاءنظم المكتبات العامة فى المدارس والقرى ، والسماح للمعلمين وغيرهممن الموظفين الحكوميين بقبول ماتدره عليهم كتبهم من مال نتيجة لحقوق الطبع والنشر ، وانشاء نظام للقروض الصغيرة لناشرى الكتب ، وغيرها وغيرها منالشئون التى تمس هذه القضايا .

على أن المشكلات لابد ان تختلف من بلد لآخر طبعا . فثمة دول كثيرة التعداد فى وسعها أن تندفع وتقدم مباشرة بحيث تخوض فى مشروع ضخم كامل لتنمية وتطوير نشر الكتب ، فى حين أن بعض الدول الصغيرة التى لا يمكنها ان توقع ، فى المستقبل القريب على أى حال،مايمكن ان يوصف بأنه تطور او نمو كامل فى هذا المضمار ، يمكنها على الاقل أن تشرعفى الاستعداد

والتمهيد ، وربما أيضا فى انتاج وصناعة الكتب الدراسية للفـــرق المدرسية فى المرحلة الاولى ·

وثمة امكانات تتيح التنمية الاقليمية بين بعض الدول ذات اللغة الواحدة .
وثمة امكانات للانتاج المركزى ، على الاقل جزئيا للدول المجاورة التىيكون فيها عدد السكان قليلا لدرجة لا تسوغ ، ولا تمكن ، من اقامة او دعم سبل وتسهيلات للانتاج الكامل فى كل منها على حدة · وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، فان مشروع اليونسكو المنظم للانتاج المركزى للكتب الدراسية فى الكاميرون قصد به أن يخدم ، ليس فقط دولة الكاميرون فحسب ، وانما أيضا جابون والكنغو وجمهورية افريقيا الوسطى وتشاد .

وجدير بالتنويه فى هذا السياق ، انه من بين كل الدول التى تتحدث الاسبانية فى أمريكا اللاتينية فان المكسيك والارجنتين فقط هما اللتان أنشأتا وطورتا صناعات كاملة لنشر الكتب ·

بل ان الدول ذات الحجم الواحد تماما قد تتطلب حلولا مختلفة · فلبنان مثلا تلك الدولة الصغيرة الحجم والتى لا يزيد عدد سكانها على مليون نسمة الا قليلا ، ولكنها ذات جذور راسخة عريقة فى التجارة ، قادرة على المحافظة على صناعة كتب عربية تعتبر من أهم الصناعات فى هذا المجال ، وترتكز بصفة اساسية على التصدير · فى حين ان دولة مثل ليبريا لها نفس العدد من السكان تقريبا ونسبة التعليم فيها أقل بكثير منها فى لبنان ، وأهلها يتكلمون بعدد مختلف من اللغات الاهلية ، تستعمل لغة غير افريقية (هى الانجليزية) كلغة قومية ، ونظامها التعليمى لم يصبح نظاما حديثا الا منذ عهد قريب،وليس عندها تقاليد راسخة فى ميدان التصدير الواسع النطاق للسلعالاستهلاكية.
أو لنضرب مثلا آخر بزوج آخر من الدول : اندونيسيا وباكستان .

فاندونيسيا التى يبلغ تعداد سكانها مايربو على مائة مليون نسمة يعيشون على ثلاثة آلاف من الجزر ويتحدثون عديدا من اللغات الاهلية ، أفلحت فى انشاء لغة قومية ، ونجحت فى برنامج واسع لمحو الامية لدرجة مثيرة ، وعندها

صناعة كتب قادرة جدا وأن كانت لا تزال معوقة اقتصاديا · فى حين ان باكستان ، التى لها نفس العدد تقريبا تقع فى شطرين يفصلهما ألف ميل وتتحدث عددا مختلفا متنوعا من اللهجات الاهلية وان كانت تستعمل لغتين قوميتين مختلفتين (الاردية والبنغالية) التى تشترك فيها مع الهند ، فى حين أن لغة أجنبية (هى الانجليزية) هى اللغة السائدة الاستعمال الى حد كبير فى الدوائر الحكومية والنظام التعليمى ·

ولن يجازف أحد بالقول بأن النظام الذى يصلح لبلد مثل لبنان ، يصلح أيضا لبلد مثل ليبريا أو يتيسر تطبيقه هناك ، أو أن اندونيسيا والباكستان يتعين عليهما أن ينسجا على منوال واحد ، سواء بسواء فى هذا الميدان . وانه لمن الشطط أيضا ومجافاة الواقعية أن نفترض أن وسائل النشر وطرائقه التى نمت ببطء من تربة فرنسا أو بريطانيا على مر القرون ، أو غيرها ممن انبثقت بغتة من الظروف الخاصة المعينة فى شمال أفريقية يمكن نقلها جملة وبرمتها وكما هى الى دول آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية ·

بيد أن الناشر فى اى بلد ، يستطيع أن يدرس خبرة نشر الكتب وطرقها الراهنة فى المناطق الأخرى ، وفى وسعه أن يزيد ويرجح ويناظر ويفاضل ويقارن بينها جميعا ، ثم يقرر أيا منها تصلح للتطبيق فى بلده ، مع شىء من التعديل السليم أو التكيف المناسب ·

فاذا ماوضع نصب عينيه مثال الاخرين الذين سبقوه فى هذا المضمار ، والحيل والتدابير التى اصطنعوها ، ففى وسعه أن يتبين هل فى الامكان اصطناع طرائق جديدة أم لا . فاذا ما اكتملت معرفته بأنماط اقتصاد وجغرافية وتاريخ وتعليم ولغة وطنه وبلده،ففى وسعه لامراء،أن يخترع سبلا ووسائل لصناعة ونشر الكتب ربما لم يسبق لغيره استعمالها من قبل ·

ولكن سواء أسار على درب من سبقوه وانتهج السبل القديمة ، أم اصطنع طرائق جديدة من لدنه ، فان فى وسعه أن يخدم النمو والتطور الاقتصادى لوطنه ، وأن يسهم فى تحقيق آماله المرجوة فى البناء والنمو .

ولعل الغرض الوحيد من هذا الكتاب ، هو تزويد القارىء بفكرة عامة عن بعض الوسائل فى نشر الكتب التى استعملت فى الدول المختلفة ، ابتغاء اثارة التفكير الخلاق وتنشيطه ، وعلى أمل أن يبتدع القراء لانفسهم وسائل لنشر الكتب تتلاءم مع أوضاعهم المحلية وتتناسب تناسبا سويا سليما مع الحالة الخاصة والظروف الخاصة لبلادهم كل على حدة .

الفصل الثانى

شركاء فى عالم الكتب

ان تعاون الفريق لازم لانتاج الكتاب ووضعه فى أيدى القراء ·

ولكل عضو فى الفريق دور ضرورى يؤديه ولا غنى عن أى واحد منهم ·

وأيا ما كانت المرحلة التى بلغها بلد من التطور ، ومهما يكن خط اقتصاده من البساطة أو التعقيد ، فلابد من وجود أو خلق عناصر أربعة ، اذا أريد أن تكون ثمة صناعة كتب .

والعناصر الثلاثة الاولى تعتبر فى حكم البديهيات المقررة التى يسهل فهمها :

١ ــ المؤلف الذى يكتب المخطوط ·

٢ ــ الطابع الذى يحول المخطوط الى طبعة من الكتب ·

٣ ــ بائع الكتب الذى يعرض الكتب التى أنتجت ·

ولكن الشريك الرابع هو الذى يحتل المركز الرئيسى والذى يعتبر عمله أقل الاعمال فهما من جانب الناس الذين هم خارج ميدان الكتب ، وهذا الشريك هو : الناشر ، فالناشر هو المدير والمخطط والمنظم للمشروع برمته ، وهو الذى يجمع الشركاء الثلاثة الاخرين معا · وهو الذى يأخذ عادة بزمام المبادرة فى المغامرة فى مشروع نشر الكتاب ·

هؤلاء العناصر الاربعة فى نشر الكتاب ، لازمون دائما ·

وحقيقة أن شخصا واحدا أو مؤسسة قد تقوم بأكثر من عمل واحد من هذه الاعمال ، لا تعتبر حقيقة أن أربعة أعمال لابد من انجازها ، ضربة لازب ·

ولنضرب مثلا متطرفا ، على سبيل التوكيد : لنفرض أن مؤلفا غنيا يملك مطبعة وانه يطبع كتابا ألفه بنفسه ، ثم يبيع هو نفسه كل النسخ للناس الذين يأتون الى محله ·

فى هذه الحالة ، ثمة رجل واحد يؤدى الوظائف الأربع بأجمعها — حتى وظيفة الناشر ، حيث انه هو الشخص الذى نظم العملية ودبرها وزودها برأس المال (وفى هذه الحالة ، وما أسهل الامر !) « جمع الاطراف المعنية بالامر معا » ·

ولكن كانت لا تزال ثمة اربعة اعمال مميزة واضحة يتعين اداؤها وهى : عمل المؤلف ، والطابع ، وبائع الكتب ، والناشر ·

وفى بعض أجزاء العالم يملك الناشرون الكبار أحيانا دور الطباعةالخاصة بهم ، ومحال بيع الكتب (المكتبات) أو (بالعكس)يخوض الطابعون وأصحاب المكتبات ميدان نشر الكتب ·

وفى المناطق حيث يكون النشر كمهنة متخصصة لم يتطور بعد ، فان المؤلفين أنفسهم يضطلعون بمسئولية الناشرين ، ويكون المؤلف هو الناشر فى آن ، وما عليه الا أن يدبر الأمر مع الطابع ليصنع الكتب ، ثم يتولى المؤلف بعد ذلك بيعها الى مكتبات بيع الكتب ، أو يبيعها مباشرة الى المشترين .

ولكن ، ولا جناح علينا من التكرار هنا ، لكل كتاب ينشر للبيع : مؤلف وطابع وبائع كتب ، وناشر · وهذا الفصل يهدف الى القاء نظرة فاحصة على وظيفة كل واحد من هؤلاء وبصفة خاصة على علاقة الشركاء الثلاثة الاخرين بالنسبة للشخصية المركزية الرئيسية فى هذه الشركة الا وهو الناشر ·

وفى سياق آخر من الكتاب سوف نتناول بالفحص والتحليل ، وفى شىء من الايجاز اعمال ووظائف الشركاء الاضافيين الذين قد يؤدون أو لا يؤدون أدوارا فى مواضع معينة من نشر الكتب : مثل وكلاء الاعمال الادبية ، وبائعى الجملة ،

والموزعين العموميين ، الخ[1] • ولا مراء فى أن عمل المعلم وأمين المكتبة يدخلان فى كل شيء آخر •

ولكن الاربعة الشركاء الاساسيين الناشطين فى نشر الكتب هم :

١ ـ المؤلف

المؤلف هو خالق أو صائغ الأفكار التى ستنشر على الملأ عن طريق الكتاب . وهو منظم الكلمات والصور والخرائط والجداول ، الخ • التى تعرض فيها الافكار وتقدم للقارىء •

وعلى الرغم من أننا دائما نفكر ، عادة ، فى المؤلف بصيغة المفرد ـ مثل شكسبير والامام الغزالى ، وسيرفانتيس وكاموئز ، الخ • الا أن كلمة المؤلف بالمعنى القانونى فى علاقات التعاقد مع ناشر قد تكون جماعة أو مؤسسة بل وربما تكون حكومة من الحكومات ، أو هيئة دولية مثل اليونسكو .

والمؤلف هو المالك الاول لحق نشر العمل الذى خلقه وهو عادة يسعى الى بيع هذا الحق ـ أو تأجيره لاجل مسمى أو النزول عنه ـ لناشر يتولى اعادة انتاج المخطوط بطريقة ما للتوزيع على الناس تحت تدبير أو آخر من النظم التجارية السارية والتى سنفحصها فى سياق لاحق • ولكن ، حتى يتم الاذن لشخص آخر ، فان المؤلف هو المالك الوحيد لحق النشر ، اذا آثر ألا يشرك بقية العالم فيما كتبه ، فليس ثمة مايحول دون أن يخفى المخطوط أو يقبره أو يحرقه اذا شاء •

ولكنه اذا أراد فعلا أن يشرك بقية العالم فيه ، فان المؤلف يستحق شيئا من الجزاء أو المكافأة من المجتمع ، لقاء ما أعطاه له . وهذا أمر معترف به ، عموما ، فى عرف معظم الدول وبصفة خاصة فى قوانين الدول التى لها تشريع معمول به فى هذا الموضوع .

بيد أن الامور لا تمضى دائما على الصراط المستقيم ، والرياح لا تجرى دائما بما تشتهى السفن ، لذلك فمن المعترف به أيضا ، عموما ، أنه ينبغى وجود

علاقة مابين عدد الناس الذين يستعملون الكتاب وحجم المكافأة التى ينالها المؤلف ·

وحماية حقوق المؤلف تحت هذا المبدأ العام هى الغرض من قوانين حقوق التأليف المعمول بها فى الاجراءات الكثيرة المتبعة فى تجارة وتسويق الكتب حتى عندما لاينص عليها فى القوانين ·

والسبب الكامن وراء هذه القوانين والأعراف ليس فقط ضمان العـدالة العامة المشتركة للافراد ، ولكن أيضا لتشجيع التأليف ابتغاء الصالح العام للمجتمع · وفى الواقع من الامر ، فان المجتمع يقصد أن يعطى المؤلف احتكارا للعمل الذى أنتجه ·

ومن المقصود أنه باذنه وحده ، ووفق تدابير وظروف يوافق عليها ويرتضيها ، فان فى وسع الاخرين أن يأخذوا حق عمل نسخ متعددة من مؤلفه ·

وعلى الرغم من وجود فروق بين قانون حقوق التأليف وقانون امتياز أو براءة الاختراع الآلى المسجل ، فثمة تشابه أساسى ، فالمؤلف هو المخترع لكتابه ، ولان المجتمع يريد تشجيع كلا التأليف والاختراع الالى ، فهو يسعى الى مساعدة كلا الكاتب والمخترع الالى لكى يحمى حقوق الملكية الخاصة بما خلقاه وابتدعاه واخترعاه · وليس ثمة ريب فى امكان سرقة للملكية الادبية كما هو الشأن فى سائر الأنواع الأخرى . ولا مراء فى أن الناشر الذى يصدر عملا ، دون اذن من المـؤلف ، ودون أن يدفـع له اى أجر فهـو لص أو قرصان ·

(بيد أنه فى وسع اى مؤلف اذا شاء ، من قبيل الاريحية ، أو بسبب الاهمال البحت أو عدم الاكتراث ، أن يقدم عمله للناس بلا مقابل بأن يحول الى شخص ، عمدا أو مصادفة ، السلطة فى انتاج وبيع المؤلف · أو قد يجعل الافتقار الى قوانين حق التأليف أو سوء تطبيق هذه القوانين ، من العسير على المؤلف أن يحمى حقوقه المفروضة · أو بوساطة العقد المكتوب قد يعهد مؤلف ما

بكل حقوقه لناشر أو أى شخص آخر . ولكن ذلك كله لا يغير مبدأ أن حقوق النشر تبدأ بالناشر وأن كل الاخرين يستمدون حقوقهم منه) ٠

وسوف يجد القارىء تفاصيل حقوق النشر والعقود فى الفصل الثامن عشر من هذا الكتاب ، ولكن يكفى هنا أن نقول ، أنه طبقا للنمط الاكثرسريانا فى عموميةالتطبيق ، فان المؤلف يبرم عقدا مع الناشر ، مخولا له طبع وبيع نسخ الكتاب مع النص على دفع مبلغ معين للمؤلف ، غالبا ما يكون على أساس عدد النسخ المبيعة ٠

ومن الوجهة النظرية ، فبمجرد التوقيع على العقد ، فان المؤلف يقدم مخطوطه للناشر ٠ والناشر يطبع النسخ ويوزعها فى حين أن المؤلف ما عليه الا أن يقعد وينتظر الوفاء باستحقاقاته تباعا وهو يواصل عمله فى تأليف كتابه التالى ٠

بيد أن المؤلف مختلف جدا فى الواقع من الامر . فالمؤلف لا تقع على عاتقه مسئوليات ثقيلة فقط يشترك فيها مع الناشروهى اعداد المخطوط اعدادا كافيا وافيا للناشر الذى يقدمه بدوره للطابع ، وكذلك مراجعةتجارب الطباعةللتثبت من أن الطابع قد أنتج المخطوط مطابقا للاصل مطابقة صحيحة (أنظر الفصل الخامس) ولكن المؤلف يستطيع أيضا أن يكون ذا عون كبير للناشر فى ترويج الكتاب (الفصل التاسع) ٠

وحتى فى المراحل الأولى عندما يخطط المخطوط ويكتب (أنظر الفصل الرابع عن أطوار التحرير) فان المؤلف العاقل لا ينفرد بالعمل كلية ، ذلك أن ناشرا ابتكاريا خصب الخيال يمكن أن يكون عونا كبيرا لمؤلف فى توضيحالطرق التى تمكنه من استخدام معرفته وتطبيق مهارته الكتابية فى مشروع كتابمعين يحتاج اليه العالم ــ ومن سوء الحظ فان هذا التطبيق مختلف دائما ــ وله سوق نافقة ٠

وغنى عن البيان أن أى مؤلف يحترم نفسه يأبى أن يرغم ارغاما ضد رأيه بالقياس الى ما ينبغى له أن يكتب وكيف يكتبه ٠ ففى آفاق مثل القصص والنقد

والمسرحيات والشعر ، فان الكاتب الحساس يجد من العسير تلقى أفكار من الاخرين حتى عندما يكون الناشر مؤهلا لتزويد المؤلفين الراسخين بالنصيحة والمشورة ٠

بيد أنه فى كثير من ميادين الكتابة ، خصوصا فى تلك الميادين المتعلقة بعرض الحقائق ، فان المؤلف وقراءه (فى نهاية المطاف) يستطيعون أن يفيدوا فائدة عظيمة من اقتراحات وبعد نظر وبصيرة ناشر خلاق ٠

وثمة امثلة كثيرة تومىء الى كتاب مشهورين اعترفوا على الملأ بالدور الذى لعبه الالهام والتوجيه الحكيم لناشر مبدع ، فى نجاحهم وتوفيقهم .

وعلى كل مؤلف أن يقرر لنفسه مدى تقبله للناشر كشريك فى مرحلة التخطيط ، ثم ان كثيرا من الامور تتوقف على روح الثقة المتبادلة القائمة بين الطرفين ٠ فاذا قدر لهذه الزمالة أن تؤتى أكلها ، فانها خليقة بأن تجلب نتائج باهرة للمؤلف والناشر وجمهور القراء على السواء .

وخلال معظم عصور الانسان منذ كان له وجود ، وفى معظم الامم ، فان مهنة التأليف كانت مهنة غير مجزية تتميز ببخس المؤلفين حقهم المادى.ثم ان قليلا من المؤلفين من بين المجموع الكلى ، حتى فى الدول الغنية ذات النسبة العالية من القادرين على القراءة ، من استطاعوا أن يعولوا أنفسهم من رزقهم مما يكتبون فحسب ٠

وحتى فى الوقت الراهن عندما يقرأ المرء بيانات عن مبالغ هائلة حقا تدفع لعدد قليل من المؤلفين فى بعض البلدان ، وعادة فيما يتعلق بأنواع معينة من اعادة نشر الطبعات التالية ، فان الوضع ليس مختلفا جدا ٠ ان الاغلبية الساحقة من المؤلفين أشخاص يعملون فى ميادين أخرى من العمل ، أما الكتابة فهى بالنسبة لهم مصدر رزق ، عرضا ٠

ولا مراء فى أن المال له أهميته بالنسبة للمؤلفين كما هى الحال بالنسبة لغيرهم من الناس ٠ والمؤلف يطلب ، وبحق ، أن تعالج الناحية المالية من علاقته

مع الناشر ، علاجا سويا وشريفا وعادلا • ولكن لان السبب الرئيسى فى الكتابة هو الرغبة فى البلاغ ، فان المؤلف الحكيم يجعل همه الاول النزاهة والامانة والفعالية التى يعرض بها الناشر رسالته على الناس • أما كل الصفات الاخرى التى يأمل المؤلف أن يجدها فى الناشر — بما فى ذلك القدرة على كسب المال له — فهذه تأتى فى المرتبة الثانية تبعا لتلك •

وثمة تعليقات أخرى عن العلاقات بين الناشرين والمؤلفين يجدها القارىء منتشرة خلال هذا الكتاب من البداية الى النهاية • وثمة تعليق خاص عن الجانب المالى من العلاقة موجود فى الفصل الثامن عشر • ولكن النقطة الرئيسية التى يتعين على الناشر والطابع وبائع الكتب أن يتذكروها هى أنهم بدون المؤلف لن يجدوا شيئا يفعلونه على الاطلاق ، وأنهم ما لم ينجزوا عملا كفئا فى التصدى لكتابه ، فأكبر الظن ، بل أقوى اليقين أن المؤلف وغيره من المؤلفين على غراره سوف يحجمون عن اعطائهم كتبا أخرى فى المستقبل •

بيد أن الشىء الهام الذى يتعين على المؤلف أن يضعه نصب عينيه هو أنه ، مهما تكن الكلمات التى يكتبها من سلاسل الذهب ، فلن يقرأها أحد فيما عدا أسرته وأصدقاءه ، ما لم يستعن بكل أجهزة صناعة الكتاب لكى تعرضها على المــــلأ •

٢ — الطابع

الطابع هو الصانع • فهو يأخذ المخطوط من الناشر ويكون ويطبع ويغلف النسخة ثم يرسل بالكتب بعد تصنيعها الى الناشر •

وفى ظل كل الظروف الطبيعية ، فهو لا يلعب أى دور فى تقرير ما يطبع ، وانما يقتصر عمله فقط على انجاز العمل الذى يطلبه الناشر وينال أجره لقاءه • ومن ثم فان الطابع لا يقوم بأية مغامرة فى مشروع أى كتاب معين • صحيح انه يغامر بعمل تجارى فى انشاء مطبعة بادىء ذى بدء عندما يكون غير واثق من كمية العمل الذى سيناله ، ولكن أجره لقاء انتاج أى كتاب معين مسألة

اتفاق راسخ بين الناشر والطابع ، ولا يتوقف على بيع الكتاب (كما هى الحال بالنسبة لربح الناشر وحقوق النشر الخاصة بالمؤلف) ٠

واذا عرف الطابع أن الناشر ذو سمعة شريفة ، ولديه رواج وازدهار بحيث يطمئن الى انه سيدفع له أجره ـــ وربما يطلب الطابع أجره مقدما اذا افتقر الى هذه الثقة ـــ فان الطابع له ثقة بالربح لاتوجد لدى المؤلف والناشر . وبلغة الاقتصاديين ـــ فعلى الرغم من ان الطابع (مقاول) وصاحب عمل ملتـــزم بانشائه وادارته لمصلحته ، الا أنه من الوجهة الرسمية ، ليس شريكا فى « مشروع المقاولة » لنشر أى كتاب معين .

وكما سنرى فيما بعد ، فان الاخطار والارباح والخسائر الممكنة انما تقتصر على الناشر ٠

ولكن القول النظرى عن العلاقة ليس دائما صحيحا فى التطبيق والعمل ٠ وحتى ، بصرف النظر عن الحالات التى تكون فيها دار النشر والمطبعة ملكية مشتركة ، والتى يصبح فيها الطابع هو الناشر للكتاب وصانعه ، فان الطابع يقوم باسهامات أساسية فى النشر الناجح لكتب معينة وكذلك فى تقوية ودعم صناعة نشر الكتب بصفة عامة ٠

ان جودة الطبع ، وتزويد الكتاب بالورق المناسب ، والمتابعة الامينة لمواقيت الانتاج ، والدقة فى قراءة تجارب الطبع ، الخ ، كلها عناصر واضحة بينة فى نجاح أى كتاب معين ، بحيث غالبا ما تؤثر فى الرواج الحقيقى للكتاب وبيعه ، ولها دائما شىء من التأثير فى كيفية وصول رسالة المؤلف للقارىء بوضوح وجلاء ٠

وفى حالة مواقيت الانتاج ، فان اخفاق الطابع فى الوفاء بالتزامه ، خليق بأن يحول دون وصول الرسالة بتاتا (على سبيل المثال الكتب الدراسية) ، ذلك أن الكتاب لابد أن يكون موجودا فى وقت معين اذا قدر له أن يشتريه زبائنه الطبيعيون ٠

وثمة مزيد من التعليق على العلاقة الطبيعية القائمة بين الناشر ـ الطابع ـ

المؤلف ، فى سياق لاحق • بيد أنه جدير بالذكر هنا أن ننوه بالاسهامات الرئيسية التى فى وسع طابع ذكى أن يسهم بها لمصلحة الناشر (ومصلحته) بالتعاون الخاص خارج مسئولياته المعتادة • وعلى سبيل المثال لا الحصر فى هذا الصدد هو الاسهام فى مجال تصميم وهندسة الكتاب ، نوع ونظام حروف الطباعة ، ترتيب الصفحات ، الوان الحبر ، اختيار الورق ، نوع التغليف ، وهلم جرا •

وفى البلاد ذات الصناعة المتطورة فى الكتب ، يوجد لكل ناشر مصمم خبير ، اما كموظف دائم عنده وإما كمستشار منتظم بأجر يتفق عليه • والطابع ينفذ تعليماته كما يتبع البناء المهندس • على أنه فى كثير من الدول النامية فى آسيا وافريقيا وأمريكا اللاتينية ، تكاد مهنة تصميم الكتاب تكون غير معروفة ، أو على الاقل فان المصممين ليسوا موجودين على نحو منتظم ، ومن ثم فان المخطوط يترك كليا للطابع •

ان الطابع الذى يدرك مصلحته الخطيرة فى تحسين نشر الكتاب فى بلده لن يقتصر عمله فحسب على مجرد « تجميع الكتاب » وانما يحاول ، ليس فقط ، أن يصمم الكتاب بذوق ولكن ايضا أن يرفع المستويات العامة للتصميم والصناعة فى الوقت ذاته •

والاهم من ذلك كله هو أن فى وسعه أن يساعد فى جعل الناشر ملما بمشكلات وأساليب التصميم والصناعة ، ويأخذ بيده تدريجيا نحو تقبل المسئولية الكاملة للناشر •

ولا يمكن أن يتم ذلك بغتة • وفى نفس الوقت ينبغى أن يكون الناشر ممتنا ومعترفا بالجميل لقاء الطريقة التى يؤدى بها الطابع دوره فى ميدان يعتبر فى الدول المتطورة من أعمال الناشر • وثمة ميدان آخر الى جانب التصميم يؤدى فيه اهمال الناشر لمسئوليته فى النشر الى اضافة عبء جديد على الطابع ،وهو عبء خليق فى هذه الحالة بأن يزيد من ثمن طبع الكتاب على الناشر زيادة

كبيرة • وهذا الميدان ينصب على عمليتى التحرير وقراءة تجارب الطبع ، وعلى العلاقات العامة مع المؤلف بالقياس الى مخطوط فى أثناء طبع الكتاب .

وفى صناعة الكتاب المتطورة ، فان الناشر هو الذى يتسلم المخطوط من المؤلف ، وبعد تحريره وتنقيحه (انظر الفصل الخامس) يسلمه للطابع ، والطابع يسلم التجارب للمؤلف عن طريق الناشر ، ثم يتسلم ثانية التجارب المصححة على نفس المنوال .

على حين انه فى كثير من الدول النامية ، فان الناشر ليس لديه محرر لتنقيح المخطوط ، وغالبا ما يقتصر على احالة المؤلف الى الطابع ، تاركا لهما معالجة وحل المشكلات حتى يتم طبع الكتاب .

ولأن قليلا من المؤلفين من يعلمون شيئا عن المشكلات الفنية للطباعة (بل ان معظمهم ليسوا مصححين جيدين لمؤلفاتهم نفسها) ، ولا الطابعين لا يمكن أن نتوقع منهم الاحتفاظ بهيئة محررين بالاضافة الى عمالهم الفنيين فى الطباعة ، فان نتيجة مواصلة علاقات مع المؤلف بدون مساعدة من الناشر، عادة ما تكون غير مرضية ، بل أنها من الممكن أن تكون خبرة مزعجة مرعبة للطابع والمؤلف وباهظة النفقات على الناشر الذى يتعين عليه فى النهاية أن يدفع قائمة الحساب .

هنا أيضا ، يستطيع الطابع أن يساعد الناشر فى الالمام بالمزايا الاقتصادية التى يجنيها الناشر من أن يمسك بيده زمام ذلك الجزء من عمل الناشر الذى اعتاد الطابع أن يعمله له • وفى نفس الوقت فان الناشر يستطيع أن يصر على أنه خير للطابع أن يتولى مهمة ، طالما أغفلها ، وهى مهمة قراءة تجـارب الطبع •

وكما هو واضح بمزيد من التفصيل فى الفصل الخامس ، فان الطابع ، فى صناعات الكتب المتطورة ، هو المفروض أن يقدم تجارب الطبع بحيث يتطابق المطبوع والمخطوط ، فالغرض الرئيسى من مراجعة تجارب الطبع على يد المؤلف

والناشر هو اعطاء المؤلف فرصة رصد الاخطاء الطوبوغرافية التى تقع منحين لاخر ، والتى تفوت على مصححى الطابع .

ولكن فى معظم دول آسيا وافريقيا ، حتى فى الكثير منها ذات صناعةالكتب المتقدمة ، فان الطابع لا يقوم بمهمة مراجعة تجارب الطبع ، أولا يؤدى هذه المهمة على أى مستوى فنى متخصص مهنى . ومن ثم فان تجربة طبع معادة الى طابع آسيوى أو أفريقى بعد قراءتها على يد المؤلف قد تستدعى مئات أو اكثر من التصحيحات فى نفس المساحة التى ما كانت تحتاج الا الى خمسة أو ستة تصحيحات فى بريطانيا أو ألمانيا ، ومزيد من الاخطاء تحدث طبعا ، فى تصحيح التجارب الاولى ، وهلم جرا .

فاذا استطاع الطابعون أن يقنعوا الناشرين بالاضطلاع بمسئوليتهم فى تحرير المخطوط وعلاقات المؤلف فان الناشرين سيكون لهم الحق الذى يسوغ لهم أن يطلبوا بدورهم ، أن ينشىء الطابعون هيئة موظفين متخصصة فى مهنة قراءة تجارب الطبع ، قادرين على اثبات أن المطبوع من وجهة نظر الطابع فى مطابقته للمخطوط ، قريب من الكمال .

وثمة ناحية أخرى يمكن أن تختلط فيها وظائف الطابع والناشر ، الا وهى تمويل رأس المال .

فعلى الرغم من أن الناشر هو المفروض أن يدبر المال لمشروع كتاب ، وهو فى الواقع من الأمر يفعل ذلك فى النهاية ، الا أن كثيرا من الكتب تستغرق وقتا طويلا فى الانتاج ، وما لم يكن ثمة تدبير للناشرلكى يدفع على أقساط فى مواقيت معلومة فقد ينتهى الأمر بأن الطابع هو الذى أمد المشروع بقسط كبير من رأس المال المستثمر فى أثناء فترة الانتاج كلها بواسطة دفع أموال من جيبه الخاص لشراء الورق ودفع أجور العمال ، الخ .

والطابعون يعرفون ذلك طبعا ، واذا كان عندهم نظام حسابات سليم فانهم يدرجون نسبة فائدة الربح على ذلك المال ضمن النفقات التى يطلبونها من الناشر لطباعة كتبه .

ولكن الناشر ينبغى ان يكون واعيا سواء بسواء ، باسهام الطابع ، ومن أجل مصلحته مستقبلا ، ان لم يكن من أجل أى سبب آخر ، ينبغى أن يكون سريعا ومستعدا دائما فى دفع المال للطابع فى المواقيت المتفق عليها ، وكل طرف يستطيع ان يساعد نفسه والطرف الآخر بالتحليل المشترك لمشكلة مطالب رأس المال القصيرة الاجل والسعى المشترك فى طلب حلول تعين الطرفين .

وثمة نقطة أخيرة عن العلاقات بين الناشر والطابع وهى مصلحتهما المشتركة فى التحسين الفنى لصناعة الكتاب ومتابعته لطرز العصر الحديث . وان الطابع ليكون أحمق اذا اضطلع بمشروع كبير يتابع فيه الطراز الحديث لانتاج رخيص لكمية كبيرة من الكتب ، اذا لم تكن لديه فكرة عن مصادر تمويله .

ومن جهة أخرى فان الناشر الذى يهدف الى التوزيع الضخم لن يستطيع شيئا اذا كان بلده لا يملك سوى عتاد عتيق عاجز عن انتاج كتب بكميات ضخمة وبأسعار زهيدة .

ان الدراسة المشتركة لهذه الامكانات والادراك المشترك للمصلحة المشتركة فى حل المشكلات انما هى ضرورات محتومة واضحة وضوح الصبح لذى عينين .

فطابع الكتاب الذى لديه فكرة واضحة عن مصلحته الاقتصادية المشتركة ، فكرة خليقة بأن تزداد وتزكو باحساسه بالوطنية ، قمين بأن يهتم ويعنى بتطور ونمو صناعة الكتاب برمتها ، وبالعوامل المؤثرة فيها ،وبما فى ذلك من أمور مثل تنمية الوعى بالقراءة ، وتطور وانشاء المكتبات التى سنتناولها فى الفصل السادس ، والتوسع فى التعليم ورفع مستواه ، وتدبير الوسائل الميسرة لنقل الكتب بالبريد ، والسلامة الاقتصادية لبائعى الكتب (بالقطاعى أو التجزئة)، الخ .

ان الطابع وحده ، لن يستطيع انجاز الاصلاحات المطلوبة ولكنه خليق بأن يفطن الى كلا الحافز التجارى والحافز الوطنى سواء بسواء لكى يضم

جهوده الى الفروع الاخرى من صناعة الكتاب وروافدها ، متخذا سبيلا على منوال تلك الطرائق المقترحة فى الفصل السابع ٠

٣ ــ بائع الكتاب

يتسلم بائع الكتاب الكتب مباشرة أو بطريق غير مباشر من الناشر ، وهو يشتريها بخصم فى الثمن ويبيعها بثمن أعلى للمشترين من مخزنه أو وراقته (محل بيع الكتب) أو بأية طريقة اخرى . وهو ، عادة آخر رجل أمام المشترى ، فى حلقات السلسلة التى بدأت بالمؤلف ٠

والمشكلات الخاصة بالنوع العادى من محل بيع الكتب بالتجزئة مشروحة فى الفصل العشرين . بيد أننا بالنسبة لمآرب هذا الفصل من الكتاب نعنى بكلمة « بائع الكتاب » أنها تتضمن ليس فقط محل بيع الكتب المألوف الشائع ، وانما أيضا كل بائعى التجزئة الآخرين الذين يقفون بين الناشر ، والمستهلك النهائى . ومن ثم فهى تشمل حتى صاحب تصليح الدراجات الأمى ، الذى لديه حاملةكتب مقسمة صفت عليها الكتب ذات الطبعة الرخيصة للبيع ، أو البائع المتجول الذى يحمل حقيبة كتب فى قرية من قرى الريف .

ان الوجود المستمر للكتب أمام المشترى ، يعتبر واحدا من أهم السبل المفضية الى ولوج أبواب اتساع سوق الكتاب ، سواء أكان ذلك فى الامم المتقدمة أم الامم النامية ٠ كما أن له نفس الاهمية عند صاحب العقلية التجارية فى صناعة الكتاب ، ورجل الحكم التربوى المهتم بنشر المعرفة بين المواطنين سواء بسواء ٠

وانه لفى مصلحة الناشر الى حد كبير ، وكذلك الجمهور عموما ، أن تزدهر تجارة بيع الكتب بالتجزئة ٠ ان كل خطوة يتخذها أى ناشر لزيادة مبيعاته المباشرة للمستهلكين ، أو للبيع عن طريق مسالك جديدة،ينبغى أن تحظى بكل دقة وتحوط ، وتعتبر بالقياس الى النتائج السيئة الممكنة أو المحتملةعلى بائع الكتب ٠

وكما هو الشأن فى أوربا وأمريكا ، فكذلك الامر بالقياس الى الدول النامية ، اذ سوف تكون هناك مناسبات يشعر فيها الناشرون أن ثمة طريقة جديدة للتوزيع (مثل خطة التوزيع الضخم الواردة فى الفصل الثالث عشر) ، كفيلة بأن تنتج عددا كبيرا جدا من القراء وتحمل المبيعات بعيدا الى مناطق عديدة ، ومن ثم يجب تجربة هذه الطريقة على أية حال على الرغم من معارضة بائعى الكتب .

بيد أن ثمة مناسبات أخرى ، لابد أن تنجم عندما لا يضاف أى قراء جدد ، وان كان الناشر يجنى ربحا اضافيا صغيرا مثلا بأن يبيع لمكتبة مباشرة بدلا من البيع عن طريق بائع الكتب بالتجزئة ٠

وفى مثل هذه الحالات ينبغى للناشر أن يفكر طويلا وبامعان قبل أن تتخذ خطوة ضارة ببائع الكتب الذى هو فى الواقع من الأمر أقوى حليف اقتصادى له ومصدر الكثير من ربحه المستقبل .

ان سبلا جديدة للتوزيع تبشر بخير كبير لآسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية ، ولكن هذه السبل ينبغى أن تفحص فحصا دقيقا ٠

على أنه ينبغى للناشر والجمهور الا يغفلوا الاسهام العظيم لمصلحة الجميع الذى يسهم به بائع الكتب التقليدى الذى عنده مؤونة كبيرة من الكتب المختلفة عن موضوعات كثيرة ، والتى يستقيها من قوائم كثير من الناشرين ٠ ان مثل هذا المحل لبيع الكتب ، أو مكتبة بيع الكتب ، انما هى مؤسسة تربوية تثقيفية لا تفوقها فى الأهمية سوى المدرسة أو المكتبة العامة . انه مشجع فى المرتبة الأولى للقراءة وجالب لمبيعات الكتب .

ومهما تطورت وسائل التوزيع الضخم ، ومهما بلغت من الفعالية والنجاح ، ومهما زادت عضوية نوادى الكتب واتسع نطاقها ، فان مكتبة بيع الكتب وحدها هى القادرة على أن تعرض للبيع انواعا متعددة كافية من الكتب لشحذ كل الاهتمامات وخدمة كل الاذواق ٠

وكلا الناشر والجمهور ينبغى أن ينظرا بعين التقدير للنفقات الهائلة التى تتحملها مكتبة بيع كتب مناسبة ، اذ تتوافر فيها فى كل الاوقات تلك المجموعة الكبيرة المتنوعة من الكتب التى تتيح للمشترى أن ينتقى منها ما يشاء . وثمة وسائل عديدة يمكن للناشر أن يساعد بها بائع الكتب فى هذا الصدد • وفى البلاد التى لديها تقليد يبيح للناشرين أن يعملوا أيضا كبائعى كتب تتخذ طرق المقايضة أو المبادلة بين البيوت التجارية أو الشركات لتلافى استعمال الدفع المباشر من أجل تثمير مال بائع الكتب بالقياس الى قائمة الجرد أو الدليل التجارى •

وأيا ما كانت العلاقات التجارية ، فلا المصلحة الاقتصادية للناشر ولا مصلحة المجتمع فى القراءة والتعليم ، تسمح باغفال بيع الكتب بالتجزئة •

ان رقم المال الذى يسجله العداد او مسجل النقود ناطقا بمبيعات موزعى بيع الكتب بالتجزئة فى أية أمة ، هو الذى يقرر المصير النهائى لصناعة الكتب فى اية أمة •

٤ ـ الناشر

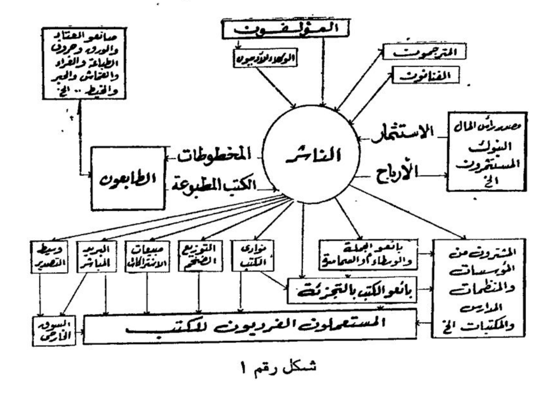
والآن يأتى دور الشريك الرابع ، الناشر نفسه ، وهو ، علاوة على ما لديه من أعمال ووظائف خاصة ، يكون المدير العام أو المشرف العام على مشروع نشر الكتاب برمته •

وسوف نتوخى الايجاز هنا فى التعليق ، وان كان ذلك لا يفى الموضوع حقه لان معظم هذا الكتاب ينصب على الناشر ، ولان الملاحظات العرضية عن وظيفة الناشر سبق ذكرها فى سياق التعليقات فى فصول سابقة عن المؤلف والطابع وبائع الكتب •

وكما هو مبين بالشكل رقم ١ فان وضع الناشر مركزى فى الخطة العامة ، وله علاقة من نوع ما تربطه بكل عنصر من العناصر الاخرى على حدة •

فالناشر هو الذى يتسلم المخطوط من المؤلف ، ويدبر المال من لدنه أو من موارد أخرى ، ويستأجر خدمات الفنانين والمترجمين وغيرهم من خبراء

صناعة الكتاب



شكل رقم ١

التحرير ، واللجان الفنية ، ويشرف على عمل الطابعين ، ثم يوجه التوزيع الى السوق المأمول للكتب التى تم انتاجها .

ان الناشر هو الرجل الذى يضغط الزر المحرك لكل أجهزة عملية نشر الكتاب .

والوضع المركزى للناشر يجعله فى مركـز الرؤية الشاملة المحيطة التى ليست ميسورة المنال بالنسبة للشركاء الاخرين ، ومن ثم مزيدا من المسئولية لرؤية كل الابعاد والاعماق ، وللفكر المتخيل والتخطيط للمدى الطويل وروح التجريب .

واذا افتقر بلد الى كتيبة من الناشرين بتلك الروح ، فهى قمينة بأن تظل تسير متراخية على نفس الدروب القديمة ، وتمضى فى نفس الاخاديد التقليدية للنفقات الباهظة وعدم الكفاية فى التسويق ، والتطور العاجز للمشروعات التحريرية .

بمثل هذه الكتيبة من الناشرين ، وبازدياد نسبة القادرين على القراءة والكتابة على نحو موصول ، وبوجود الرغبة العامة التى تكاد تكون عالمية لمزيد من التعليم الأحسن ، فلا يوجد حد للتطور الممكن لنشر الكتب فى اى بلد تقريبا من آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية .

وثمة نواح خاصة كبيرة لوظيفة ناشر الكتب ـ فى عمله المباشر ، وكقائد للشركاء الاخرين ـ يجدها القارىء فى سياقها المناسب ، معالجة تحت عناوين مختلفة فى هذا الكتاب · بيد أنه قد يكون من النافع هنا أن نذكر الاقسام الرئيسية لدار من دور النشر ·

وهناك ثلاثة أعمال رئيسية يؤديها الناشر ، وهذه الاعمال ينبغى النظر فى كل منها على حدة وكذلك فى علاقتها مرتبطة بعضهـا ببعض ، سـواء أكانت المؤسسة دارا كبرى للنشر تضم عددا كبيرا من الموظفين ، أم مشروعا صغيرا على سبيل المغامرة ، يقوم به شخص أو شخصان فى البداية .

ان بعض دور النشر الهامة فى أوربا والولايات المتحدة الامريكية بدأت برأس مال متواضع · ومكتب صغير جدا ، ورجل وزوجته هما كل هيئة الموظفين ·

فاذا وضعنا فى ذهننا أن التقسيم يمثل أسلوب الناشر الفردى فى النظر الى الأمور ، بدلا من جماعات من الناس تعلو أبوابها بطاقات وعلامات ، فهذه هى الأقسام الرئيسية فى دار من دور النشر :

التحرير : أنظر الفصل الرابع ففيه تعليق على الخطوات الاولى فى تطور مراحل المخطوط ، والفصل الخامس الذى يناقش عملية اعداد المخطوطات للطبـاعة .

الانتاج : بما فى ذلك تصميم الكتاب وتدبير صناعته على يد طابع ، أنظر الفصلين السادس والسابع ·

البيع : أنظر الفصلين الثامن والتاسع · أما بالنسبة لترويج الكتاب فى المدى الطويل ، فانظر الفصلين السادس عشر والسابع عشر ·

وظيفة البلاغ

ان الفكرة الأخيرة التي ينبغى أن نتذكرها بالنسبة لعمل الناشر فى المجتمع هى أن عمله هو البلاغ · والحادث أن الكتاب فى الوقت الحاضر هو أقوى عدة وأهم أداة لهذا الغرض ، ومعظم الناس يعتقدون أنه سيستمر كذلك مهماحدث من تطورات جديدة مدهشة مثل التليفزيون للاغراض التربوية والاذاعة التابعة . بيد أن الناشر الحصيف خليق بأن يدرك أن استعمال الكتب ، لابد أن يقترن ، يقينا ، باستعمال الوسائل الأخرى فى الفترة القادمة ، وهو خليق أيضا بأن يعترف بهذه الوسائل ، لا على اعتبار أنها أعداء لمصلحته ، وانما كوسائل للبلاغ والاتصال يجدر به أن يستعملها لنفس الأغراض التى يستعمل من أجلها الآن الكتب فقط .

الجـزء الثانى

عمليـة نشـر الكتاب



الفصل الثالث

اقتصاديات نشر الكتاب

ناشر الكتاب هو شخص يستثمر أمواله فى الكتب ، فهو يدفع الاموال للمؤلف والمترجم والفنان والمحرر والطابع وصانع الورق.. الخ لانتاج الكتب، كما يدفع الاموال الى البائعين والمعلنين .. الخ ، الذين يعاونون فى تسويقها ويسترد أمواله من بائعى الكتب أو غيرهم ممن يشترون منه هذه الكتب ، أو يشترون منه حقوق استغلال محتويات الكتب فى أغراض أخرى ، ويهدف من ذلك الى تحقيق فائض من الاموال أكثر مما قام بسداده .

تلك هى القصة الكاملة « لاقتصاديات نشر الكتاب » وان كل شىء آخر ورد فى هذا الكتاب أو جاء فى ملايين الكلمات التى كتبت عن هذا الموضوع بمختلف اللغات على مر السنين ، لا يخرج عن أن يكون تجلية لهذا المبحث الاساسى .

وكما هى الحال فى أى تجارة ، يسعى ناشر الكتاب الى أن يزيد من ايراده وأن يخفض من تكاليفه ، ولكن يجب أن ينفق المال ليزيد العائد .

والهدف من هذا الفصل هو دراسة علاقة التكاليف وارتباطها بالايراد والربح النهائى . وأضمن طريقة لزيادة الربح هى زيادة مبيعات الكتب . وهذا قول أكثر عمقا مما قد يبدو لاول وهلة ، ذلك لانه يرتكز على مبدأ أساسى فى ميدان نشر الكتاب : هو أن **كلفة النسخة الواحدة** تستمر فى الإنخفاض ، انخفاضا ليس بالقليل ، ولكن بطريقة محسوسة بزيادة الكمية .

وكما سيتضح لنا بعد لحظات فان هذه الزيادة المثيرة ليست فقط بالنسبة لتكاليف الانتاج ، ولكنها أيضا تزيد بنسبة اكبر أو اقل درجة بالنسبة لباقى عناصر نفقات النشر الأخرى .

والناشر الناجح هو الذى يدرك هذا المبدأ ويعمل على الاستفادة منه ٠

وهذا هو الذى يحدد الفرق بين صناعة الكتاب الضخمة القوية المنتشرة المربحة وبين تلك التى تتهادى وتتعثر سيرا وراء المبادىء القديمة، أسعار عالية ومبيعات أقل ، وأرباح محدودة ، وما يترتب عليها من بعض أضرار بالاقتصاد القـــومى ٠

ومن الطبيعى فان الناشر سيقوم بأداء أعمال كثيرة قبل أن يهلل قائلا : « أننا منذ الآن سنبيع عشرة آلاف نسخة بدلا من ألف نسخة من كل كتاب ».

فان الواجبات التى يتطلب العمل أداءها ليست فقط فى قسم مبيعاته أو حتى فى دار نشره ، انما يتطلب الامر معاونة شركائه الاخرين تحت قيادته ٠

وان كل فصل من فصول هذا الكتاب يتناول الطريق الذى يتعاون فيه هؤلاء الشركاء للوصول الى الهدف المنشود وهو التوصل الى «**العدد الاكثر من النسخ بأقل كلفة**»

واذا كان الجهد المبذول ناجحا فان كل شخص سيجنى ربحا ، اذ تزداد حقوق التأليف للمؤلف ، وتزداد كمية الطباعة ، والكمية المستهلكة من منتج الورق ، وزيادة مبيعات الموزع ، وخدمات أكثر لجمهور القراء وكذلك يحقق الناشر أرباحا أكبر ٠

الـــكلفة

توجد طريقتان لدراسة عناصر تكلفة نشر الكتاب :

الطريقة الاولى : وهذه الطريقة تأخذ فى الاعتبار جميع المراحل التى تم تنفيذها فعلا فى انتاج الكتاب ، ولهذا فان التكاليف تتحدد فى ثلاث مراحل :

مرحلة اعداد التحرير

وتشمل ما يدفع من حقوق للمؤلف وأتعاب ومرتبات للمصمم والمراجع

والمحرر والمصحح والمترجم (اذا كان الكتاب مترجما وليس مؤلفا) ٠٠ الى غير ذلك مما يتعلق بهذه المرحلة من تكاليف ٠

مرحلة الانتاج الفعلى

وهذا يتمثل فى مدفوعات الناشر للمطبعة لطبع الكتاب ، ومدفوعاته (سواء بطريق مباشر أو بطريق المطبعة) ، ثمنا للورق والحبر والقماش والجلد والخيط أو السلك .. أو الغراء ... الخ .

مرحلة التسويق والتوزيع

ويشمل ذلك مصروفات الباعة وقسم الطلبات والشحن والاعلان ووكلاء البيع ٠٠ الخ ٠ وهذه هى الطريقة المنطقية لدراسة التكاليف وفى بعض الاحيان هى أفضل طريقة ٠ ولكن هناك طريقة أفضل للتوصل الى تحليل العوامل التى تؤثر فى تكاليف الكتاب ، وبالتالى فى حجم ربح الناشر ٠

وهذه الطريقة الثانية هى التى يلجأ اليها الناشر ذو النظرة الثاقبة عندما يحدد عدد النسخ الواجب طبعها ، وما هو سعرالبيع المناسب ، وما هى الالتزامات التى يواجهها لسداد نفقات اخراج الكتاب أو مطالب المؤلف فى زيادة حقوقه مقابل زيادة عدد النسخ المتوقع طبعها ، الى آخر ذلك من الالتزامات .

وفى ضوء هذه الطريقة بالتقسيم النوعى للمصروفات فى المراحل السابقة يمكن دراسة أثر توزيع هذه المصروفات بالنسبة لهذه المراحل وتغيرها بنسبة عدد النسخ المطلوب طبعها كالآتى :

١ ــ تكاليف متزايدة تلقائيا

وهذه التكاليف تتزايد تلقائيا فى حالة زيادة عدد النسخ وهى :

أ ــ مدفوعات حقوق المؤلفين

وغالبا ما تكون بنسبة معينة من حجم مبيعات نسخ الكتاب وأحيانا بمبلغ ثابت لعدد محدد من النسخ المطبوعة ٠

ب ــ مصروفات لأعمال الطباعة والتجليد

(ويلاحظ أن هذه المصروفات لا تشمل تكاليف مرحلة جمع وصف الحروف حيث ان هذه المرحلة من المصروفات الثابتة كما سيشار اليها فيما بعد) ٠

ج ــ قيمة المواد الخام

سواء دفعت بطريق المطبعة أو بطريق مباشر لشراء الورق والحبر والقماش والخيط والسلك والغراء ٠٠ الخ ٠

٢ ــ تكاليف غير متغيرة

وهذه التكاليف ثابتة لا تتغير بالنسبة للكتاب مهما يكن عدد النسخ التي يتم طبعها وهى :

أ ــ تكاليف أعمال التحرير

وتشمل مصروفات التحرير والتصميم والرسوم وتصميم الغلاف .. الخ .

ب ــ تكاليف الاعداد للطباعة

وتشمل تكاليف صف الحروف والجمع وكتابة الخطوط ، والرسوم ، والحفر والزنكوغراف ، وبتعبير آخر : المراحل التحضيرية التى تبدأ قبل وضع الحبر على الورق للطباعة ٠

٣ ــ تكاليف متغيرة

وهذه التكاليف تتغير طبقا للسياسة التى يتبعها الناشر، أى تتزايد بطبيعتها كلما زاد عدد النسخ ولكنها لا تتبعها تلقائيا ٠

٤ ــ تكاليف اضافية

وهى التكاليف التى يتحكم فيها الناشر الى حد ما ، من واقع خبراته فى توقع

رقم مبيعاته الاجمالى من الكتب التى يقوم بنشرها ، ولكنها بصفة عامة تعتبر « تكاليف ثابتة » وتتمثل فى المصروفات الادارية والحسابات والضرائب والايجار والفوائد على رأس المال المقترض وغير ذلك من التكاليف .

وكل نوع من هذه المصروفات جرى بحثه فى أحد فصول هذا الكتاب .

ولكننا نورد هنا بعض التعليقات على مثال لكل نوع من هذه المصروفات حتى يتضح لنا التباين بينها بوضوح :

١ — الورق وهو مثال واضح لهذا النوع من المصروف الذى يتزايـــد أو يتناقص بطريقة مباشرة نسبيا مع عدد النسخ .

فان كمية الورق التى تلزم لطبع عشرة آلاف نسخة يعادل عشر مرات كمية الورق المطلوب لالف نسخة فقط .

وبالرغم من أن هناك تفاوتا فى سعر الورق عند شرائه بالجملة عنه بكمية أقل الا أنه يمكن القول بصفة عامة ان كلفة الورق تتمشى مباشرة بنسبة طردية مع عدد النسخ .

٢ — ومن ناحية أخرى فان عملية جمع وصف أو سبك الحروف لهى مثال واضح للتكاليف الثابتة التى تلزم للكتاب . مهما يكن عدد النسخ التى سيجرى طبعها . فانه عندما يجرى العمال اعداد مرحلة الجمع أو السبك ، فان عملهم يصبح بعد ذلك منتهيا تقريبا والتكلفة محددة سواء طبعت نسخة واحدة أو مليون نسخة . ونظرا لأن **جملة** كلفة عملية الصف والجمع أو السبك لا تتغير فان **كلفة الوحدة** تتناقص بطبيعة الحال كلما زادت الكمية المطبوعة .

وعلى سبيل المثال اذا بلغت جملة هذا المصروف ١٠٠٠ جنيه وطبع من كتاب ١٠٠٠ (الف نسخة) فان نصيب النسخة الواحدة من هذا المصروف ١٫٠٠٠ جنيه واحد **للنسخة الواحدة** . واذا طبع ١٠٠٠٠ (عشرة آلاف نسخة) فان كلفة النسخة من هذا المصروف تتناقص حتى تصبح ٠٫١٠٠ (مائة مليم فقط) **للنسخة الواحدة** — وهكذا .

٣ ــ وفى النوع التالى ــ فان الاعلان هو ذلك النوع من المصروف الذى تتحكم فيه سياسة الناشر وفقا لعدد النسخ ، ولكن ليس هناك معيار ثابت بشأنه . فبعض الناشرين يرسمون خطتهم بصرف نسبة ثابتة من الايراد السنوى للمبيعات على الاعلان ، ويستخدمون هذا الاعتماد بل ويتجاوزونه .

ولكن المصروفات على كل كتاب على حدة تتحدد فى ضوء عوامل مختلفة بينها نوع الكتاب ، وكذلك الكمية التى يتوقع الناشر بيعها وتوقعاته فى مدى تقبل الجمهور للانواع المختلفة من الاعلان وغيرها ·

٤ ــ وفى النوع الأخير ــ التكاليف الاضافية ــ فمن الواضح أن معظم تلك المصروفات تربط بطريقة ثابتة ، ولا يمكن على الاقل تغييرها تغييرا كبيرا فى فترة ضيقة من الوقت ، أو على الاقل بالنسبة الى أى كتاب .

وبالرغم من أن الناشر قد يلحق أو يفصل من موظفيه الاداريين أو المحاسبين ، أو يجرى أى تعديلات تتعلق بزيادة تخفيض حجم أعماله ، فانه لا يمكنه أن يقتطع أو يبيع نصف مكتبه أو مخازنه أو حتى وسائل نقله اذا تناقصت أعماله فجأة بمعدل ٥٠٪ فى المائة . ومن هذا المفهوم كان وصفنا لهذه التكاليف بأنها « ثابتة » .

ان الناشر يريد أن يتضمن السعر الذى يطلبه من مشترى الكتب نسبة من الزيادة فى مقابل التكاليف الاضافية .

وليس من الميسور احتساب ما يضاف من التكاليف الاضافية لكل كتاب ، ولكن يمكن تقدير جملة التكاليف الاضافية السنوية التى يمكن اضافتها على جملة كتب الناشر ، وبذلك يمكن تخصيص نسبة منها لكل كتاب على حدة بطرق مختلفة ·

وبين الطرق المألوفة المتبعة افتراض أن التكاليف الاضافية فى المستقبل ستعادل مثيلتها فى العام الماضى من حيث نسبة صافى المبيعات ·

فاذا بلغت مبيعات العام السابق ٤٠٠٠٠ جنيه وبلغت التكاليف الاضافية

١٠٠٠٠٠ جنيه ، فان الناشر سيقدر لنفسه عن العام التالى نسبة التكاليف الاضافية للمبيعات بما يعادل ٢٥ فى المائة .

واذا تمشينا مع هذا المثال استكمالا للايضاح فان الناشر اذا قدر لمبيعاته ١٠٠٠٠ جنيه من كتاب معين ، فانه يقدر لنفسه تقديرا جزافيا أن المصروفات الاضافية سوف تعادل ٢٥ فى المائة من ١٠٠٠٠ جنيه ، أى ٢٥٠٠ جنيه .

ونسبة ٢٥ فى المائة المستخدمة انما اتخذت على سبيل المثال فقط،وتختلف هذه النسبة اختلافا كبيرا بين قطر وآخر . وسنعود أيضا الى مسألة التكاليف عندما نتناول أرقام المصروفات وأرقام الايرادات معا فى القسم الاخير من هذا الفصل . ولكن دعنا نشاهد أولا ما الذى يحدد ما يحققه الناشر من ايرادات المبيعات .

الايرادات

تتراءى المؤثرات الاساسية فى رقم الايرادات بين المبيعات بصورةغامضة لمعظم الأشخاص البعيدين عن نشاط صناعة الكتاب . فاذا سمع شخص لا ينتمى الى هذه الصناعة أن ناشرا قد قام بطبع خمسة آلاف نسخة من كتاب سعر بيع النسخة منه ١٫٠٠٠ جنيه واحد ، بادر الى القيام بعملية حسابية سريعة يقرر بعدها أن الناشر سيحقق ايرادا قدره ٥٠٠٠ جنيه . فما أكبر الخطأ هنا ! ان هناك أربعة عوامل يضعها الناشر فى اعتباره عند حساب ايراده المتوقع :

سعر البيع

لاسباب سنقوم بدراستها فيما بعد ، تختلف العلاقة بين اجمالى كلفة الكتاب وسعر البيع اختلافا واضحا فى آسيا وافريقية عنها فى أوروبا والولايات المتحدة الامريكية . فبعض الاسيويين يتخذون قاعدة عامة لتحديد سعر البيع هى مضاعفة كلفة الكتاب بمعدل يتراوح بين ٢٫٥ ، ٣٫٥ مرة لاحتساب سعر البيع .

وفى بعض دور صناعة النشر فى أنحاء أخرى من العالم يتراوح هذا المعدل بين ٤ ، ٤٫٥ ، ٥ ، ٦ مرات وحتى أكثر من ذلك فى بعض أنواع الكتب ٠

عدد النسخ المبيعة

وهذا فى الواقع هو أكثر العناصر مخاطرة فى مشروع نشر الكتاب ٠ فاذا كانت معظم نسخ الطبعة لم يتم بيعها فان جميع التقديرات تكون خاطئة ، وعلى العكس اذا تم بيع نسخ الطبعة فان ذلك لن يمثل جميع النسخ بسبب : أ ـ النسخ المجانية التى تمنح للدعاية والاعلان . ب ـ النسخ التالفة .

الخصم المسموح به للموزعين ومستوى الكتب

يحصل موزعو الكتب دائما على خصم من الناشر ، كما يحصل تجار الجملة والسماسرة على خصم اضافى ، كذلك هناك أنواع من المشترين يحصلون على خصومات متنوعة على بعض أصناف الكتب وأحجامها . وبالرغم من أن المشترين يدفعون القيمة كاملة فان متوسط المبيعات لكبار المشترين يتم بخصومات كبيرة ٠ وفى الولايات المتحدة الامريكية فان الخصم يرتفع حتى يصل الى ٥٥ فى المائة وأحيانا يزيد ، ونسبة الخصم على معظم مبيعات الكتب عامة تبلغ ٤٤ فى المائة . وفى أوروبا فان نسبة الخصم تميل الى أن تكون أقل بكثير مما هى عليه فى آسيا وافريقية .

تكاليف التسويق العرضية

وهذه التكاليف تتضمن عمولات لبعض أنواع الباعة ، والديون المشكوك فى تحصيلها من المشترين ومصروفات البريد التى يتحملها فى هذه الحالات وغيرها ـ وهذه التكاليف قد تتراوح بين مبالغ صغيرة جدا وبين أكثرمن١٥ فى المائة ٠

وفى المثال السابق لطابع ٥٠٠٠ نسخة من كتاب سعر بيعه جنيه واحد دعنا نفترض أن هناك ١٠٠ نسخة تالفة أو وزعت هدية بدون مقابل ، وبذلك يكون

هناك ٤٩٠٠ نسخة للبيع ، وأن الخصم يعادل ٢٥ فى المائة وأن التكاليف العرضية للتسويق هى ٣ فى المائة فاننا عندئذ نحصل على النتيجة الآتية :

	مليم جنيه
قيمة بيع ٤٩٠٠ نسخة بسعر جنيه واحد =	٤٩٠٠ر٠٠٠
ناقصا متوسط خصم مسموح به بواقع ٢٥ ٪ =	١٢٢٥ر٠٠٠
جملة ما دفعه المشترون	٣٦٧٥ر٠٠٠
ناقصا مصروفات بيعية ٣ ٪ =	١١٠ر٢٥٠
صافى ايراد مبيعات الناشر	٣٥٦٤ر٧٥٠

وهذا يختلف كثيرا عن مبلغ ٥٠٠٠ جنيه التى قدرها الشخص البعيد عن صناعة الكتب ! وهذا المثال بالتحديد أكثر نفعا للناشر من المتوسط المعمول به بالنسبة لناشرى الكتاب فى جميع أنحاء العالم ، وذلك بسبب انخفاض نسبة الخصم التى افترضناها ٠

التكاليف مقابل الايرادات

عالجنا الايرادات والتكاليف كلا منها منفصلة عن الأخرى ، ولكن الاختبار الحقيقى لحكمة الناشر يتجلى عند محاولة المواءمة بين كل منها والاخرى ٠ فأنت قد تتوق الى أن تطلب سعرا مرتفعا للكتاب ، ولكن يترتب على رفع سعر البيع تخفيض عدد النسخ المبيعة وقد تحاول تشجيع بائعى الكتب بزيادة الخصم الممنوح لهم ، ولكن ذلك قد يؤثر فى تخفيض الربح أو العائد من النسخة المبيعة . وقد تحاول استخدام نوع أرخص من الورق ، ولكن ربما كان الكتاب أقل اغراء للجمهور لشرائه مما يترتب عليه خسارة أكبر فى المبيعات اكثر من الوفر الذى تم اقتصاده فى المصروفات وهكذا ٠

وهكذا توجد سلسلة لا نهاية لها من العلاقات بين هذه العوامل التى تؤثر فى جميع الكتب،كما تحدث مفاجآت عند التنفيذ بالنسبة الى كتب معينة. والبراعة فى فن نشر الكتاب تكمن فى البصيرة النافذة والتحليل الذكى اللذين يرى بهما الناشر كيف يزيد الكمية وكيف يخفض الاسعار وكيف يحقق لنفسه ايرادا أكبر، فى وقت واحد معا . وكما اشرنا آنفا ، فان أكثر المفاتيح اهمية لتحقيق ذلك هو المبدأ الذى يبين كيف تنخفض كلفة النسخة الواحدة كلما تزايدت الكمية . ومقدار الوفر فى النسخة كلما تزايدت الكمية ليس كبيرا فى كل من آسيا وافريقية — بمثل ما هو عليه فى أوروبا وامريكا والى حد ما فى بعض بلاد امريكا اللاتينية .

أ — لأن البلاد النامية ليس لديها المعدات الكافية التى تحقق طاقة انتاجية ضخمة فى الطباعة مما يساعد على تخفيض الكلفة . وب — لأن أسعار الورق المرتفعة فى البلاد الاسيوية والافريقية وبالتالى الانخفاض النسبى فى قيمة الأيدى العاملة فى تلك الدول يؤثران فى كلفة الكتاب،فالورق (وهو كما رأينا لا يتغير كثيرا بالنسبة للنسخة) يعتبر العنصر الاكثر قيمة فى كلفة الكتاب — وليست تكاليف التشغيل للطباعة (التى تتناقص وتتغير تبعا لتزايد الكمية) — فى الدول المتقدمة فى هذه الصناعة .

وبالرغم من ذلك ففى كل دولة من دول العالم لا تزال القاعدة الهامة التى يجب ان تلاحظها فى كل وقت ، باقية على حالها ، وهى :

ان كلفة النسخة تتناقص كلما تزايدت كمية النسخ . فانظر كيف يتم تحقيق هذا المبدأ فى الجدول رقم ١ — وهو مثال وهمى يقوم على ارقام واقعية مأخوذة من مزيج من الاحصائيات الخاصة ببعض دول آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية .

وتختلف الارقام الفعلية فى أية دولة من الدول بسبب تفاوت التكاليف فى الطباعة وثمن الورق وخبرات الطباعة ومعدلات الخصم .. الخ ، وبخاصة مدى الكمال الذى يعمل به الناشر لاداء عمله ومسئولياته التى يتحملها فى ذلك . ولكن هذا المثال يوضح لنا هذه الحقيقة الاساسية .

جدول رقم ١ ــ تكاليف انتاج الكتب

	طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠٠ نسخة
	مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه
تكاليف الاعداد للطباعة (لا تتأثر بالعدد)	٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠
الطباعة والتجليد	١٢١ر٠٠٠	٤٠٠ر٠٠٠	٧٤٦ر٠٠٠
الــــورق	١٠٣ر٠٠٠	٥٠٠ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠
الجمـــــلة	٤٦١ر٠٠٠	١١٣٧ر٠٠٠	١٩٨٣ر٠٠٠
كلفة النســـخة	٤٦٠ر ــ	٢٣٠ر ــ	٢٠ ر ــ

وهناك طريقة اخري تبين بها الوفر الذى يتحقق عند زيادة الكمية ، وذلك بأن نقول أنه رغم أن النسخة الواحدة فى الالف نسخة الاولى تتــكلف ٤٦٠ مليما ، فانه يمكن انتاج ٤٠٠ نسخة اضافية فى نفس الوقتبكلفة قدرها ١٧٠ مليما فقط للنسخة . والعامل المهمالذى يقودنا الي هذهالحقيقة الواقعية عن « تخفيض التكاليف » هو تخفيض كلفة النسخة من نفقات الجمع والصف والسبك « **اى مرحلة الاعداد للطباعة** » كلما زادت النسخ المطبوعة . وهذا هو ما يوضحه الرسم البيانى رقم ٢ .

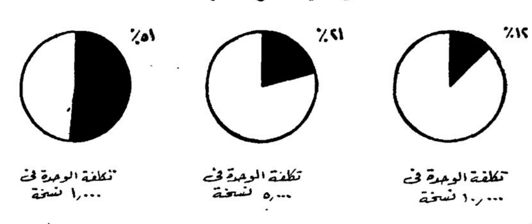
أو يمكن ايضاح هذه الحقيقة بطريقة أخرى حول الانخفاض فى كلفة النسخة للعدد الاضافى من النسخ المنتجة فى نفس الوقت · وفى المثال التالى رقم ٣ فان الأعمدة الثلاثة توضح كلفة النسخة الواحدة من الكتاب فى حالة الزيادة الاضافية فى الاحجام الثلاثة . وكذلك تكاليف الاعداد للطباعة وقيمة الورق فى كل حالة فيها ·

وكما أوضحنا سابقا فان تكاليف الاعداد للطباعة تجرى بانخفاض سريعكلما زادت كمية النسخ المطبوعة على حين تسير مصروفات الطباعة وثمن الورق حسب الكمية طرديا ·

شكل رقم ٢

تكاليف الاعداد للطباعة كنسبة مئوية

من تكاليف انتاج الكتاب



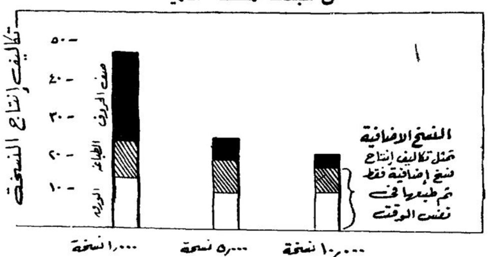
الدائرة الكاملة تمثل اجمال كلفة الانتاج فى كل من الأحجام الثلاثة . المظلل يمثل نسبة تكاليف الاعداد للطباعة .

النسب تمثل نسبة تكاليف الاعداد للطباعة الى تكاليف الانتاج الاجمالية .

شكل رقم ٣

تكاليف انتاج النسخة

فى طبعات مختلفة الكميات



تكاليف النشر

تكاليف الانتاج التى تمت مناقشاتها هى جزء من التكاليف التى يدفعها الناشر ومن الطبيعى وجوب احتساب الدخل حتى يتمكن من تحديد أرباحه وخسائره على أى كتاب ·

ولما كانت بعض تكاليف الناشر تتعلق مباشرة بسعر البيع كحقوق المؤلف، التى تحتسب كنسبة مئوية من هذا السعر ، لذلك فان السعر الذى يحدد لبيع الكتاب يجب أن يتقرر قبل احتساب باقى العناصر .

جدول رقم ٢ ـ سعر بيع الكتاب وايرادات البيع

	طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠٠ نسخة
تكاليف انتاج النسخة (جدول١)	٤٦٠ر ـ	٢٣٠ر ـ	٢٠٠ر ـ
سعر البيع	١٫٥٠٠	٨٠٠ر ـ	٧٥٠ر ـ
نسبة ربح النسخة (٧٠٪ من سعر البيع	١٫٠٥٠	٥٦٠ر ـ	٥٣٠ر ـ
عدد النسخ المبيعة (بعد خصم التالف والنسخ المجانية)	٩٥٠	٤٩٠٠	٩٨٥٠
	مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه
الايراد من المبيعات	٩٩٨ر٠٠٠	٢٧٤٤ر٠٠٠	٥٢٢٠ر٠٠٠

وفى حالة هذا الكتاب الافتراضى ، فاننا نميل للاعتقاد أن الناشر قد استخدم معدلا حسابيا بمضاعفة تكاليف الانتاج بما يعادل ٣ر٥ مرة للتوصل لتحديد سعر البيع كما هو موضح فى الجدول رقم ١ السابق ٠ أى بمعنى تحديد هذا السعر على أساس ٣ر٥ مرة من تكاليف الانتاج ٠

كذلك نفترض ان البلد الذى فيه هذا الناشر يجرى العرف على تحقيق نسبة ربح ٧٠ فى المائة من سعر البيع (بعد احتساب الخصومات الممنوحة للموزعين وغيرهم) ٠

واخيرا نفترض أن النسخ المجانية كالهدايا والنسخ التالفة خفضت عدد النسخ التى بيعت ، أى اقل من العدد المطبوع ٠

وهذه الافتراضات محسوبة فى الجدول رقم ٢ ٠

وعلى هذا الأساس فانه يمكن للناشر أن يحتسب تكاليفه الاجمالية كما هو موضح بالجدول رقم ٣ ٠

واخيرا اذا ما قارنا ايرادات البيع من واقع جدول رقم ٢ ، وتكاليف النشر من واقع الجدول رقم ٣ ، فانه يمكن التوصل الى قيمة الربح فى كل من الطبعات المتعددة الكميات (مع افتراض جميع النسخ) كما يتضح ذلك من جدول رقم ٤ ٠

والعلاقة بين الكلفة والربح فى مختلف عدد الطبعات هى مفتاح القضية ويلاحظ ذلك :

ـ كلفة طبع ٥٠٠٠ نسخة يعادل ٢ر٥ مرة طبع ١٠٠٠ نسخة ولكن الربح يتضاعف بمعدل ٧ر٥ مرة عند بيع جميع النسخ ٠

ـ كلفة طبع ١٠٠٠٠ نسخة يعادل ٤ر٥ مرة تقريبا طبع ١٠٠٠ نسخة ولكن الربح يتضاعف بمعدل ١٨ مرة تقريبا عند بيع جميع النسخ ٠

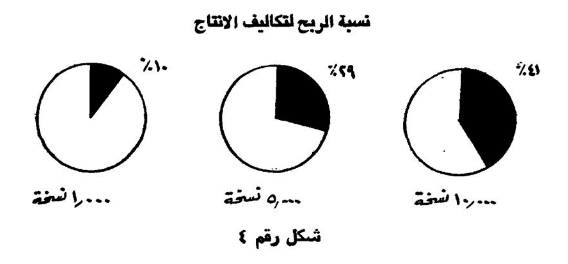
جدول رقم ٣ — اجمالى تكاليف النشر

	طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠٠ نسخة
	مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه
سعر البيع	١٫٥٠٠	٨٠٠ر—	٧٥٠ر—
عدد النسخ المبيعة	٩٥٠	٤٩٠٠	٩٨٥٠
تكاليف الانتاج جدول ١	٤٦١ر٠٠٠	١١٣٧ر٠٠٠	١٩٨٣ر٠٠٠
حقوق المؤلف (١٠ ٪ من مبيعات ٥٠٠٠ نسخة ، ١٢ر٥٪ بعد ذلك)	١٤٢ر٠٠٠	٣٩٢ر٠٠٠	٨٣٠ر٠٠٠
الاعلان تقديرى	١٠٠ر٠٠٠	٢٠٠ر٠٠٠	٣٠٠ر٠٠٠
مصروفات اضافية بنسبة ٢٥ ٪ من سعر البيع المحدد بجدول	٢٥٠ر٠٠٠	٦٨٦ر٠٠٠	١٢٩٣ر٠٠٠
رقم ٢ اجمالى تكاليف النشر	٩٥٣ر٠٠٠	٢٤١٥ر٠٠٠	٤٤٠٦ر٠٠٠

جدول رقم ٤ — الربح المتوقع

	طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠٠ نسخة
	مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه
الايراد من واقع جدول ٢	٢٧٤٤ر٠٠٠	٩٩٧ر٥٠٠	٥١٧١ر٢٥٠
التكاليف من واقع جدول ٣	٢٤١٥ر٠٠٠	٩٥٣ر٠٠٠	٤٤٠٦ر٠٠٠
ربح بيع جميع النسخ	٣٢٩ر٠٠٠	٤٤ر٥٠٠	٧٦٥ر٢٥٠

وبمعنى آخر اذا تم بيع جميع نسخ الطبعة ، فان الربح الذى يحققه الناشر مقابل مخاطرته بتكاليف النشر يتضاعف بضخامة الكمية التى تزيد طباعتها ٠ والرسم البيانى رقم ٤ يوضح هذه الصورة .



شكل رقم ٤

الدائرة كاملة تمثل تكاليف الانتاج ٠

الجزء المظلل يمثل الربح ٠

احتساب النقطة الحدية

الطريقة التى يتبعها الناشر أحيانا عند تحديد الكمية اللازم طباعتهاوسعر البيع هى دراسة ما يسمى بالنقطة الحدية .

وبمعنى آخر تحديد عدد النسخ التى تحقق ايرادا يكفى لتغطية تكاليف الانتاج ٠

وعيب هذه الطريقة أنها لا تحتسب بدقة التكاليف الاضافية عند بيع جزء من عدد طبعات النسخة ، فاذا نسبت هذه التكاليف لتغطية بعض الكتب فان النسبة لاتكون دقيقة ، ولذلك فان فائدة طريقة النقطة الحدية التوصل الى تقدير جزافى ٠

ويحتسب الناشر أولا الحد الفائض بعد خصم جميع التكاليف التى تغطى تكاليف الانتاج ، ثم ينسب هذا الحد الى التكاليف الكلية ، فيتحدد العدد الذى يجب طبعه كنقطة حدية للمطلوب من الكتاب ٠

والمثال الاتى لايضاح استخدام هذه الطريقة فى الكتاب السابق عند طبع ٥٠٠٠ نسخة :

		مليم جنيه
سعر بيع الكتاب (طبعة ٥٠٠٠ نسخة)		٨٠٠ر–
ناقصا – متوسط الخصم بمعدل ٣٠٪		٢٤٠ر–
صافى بيــع النســخة		٥٦٠ر–
ناقصا – ما يخص النسخة من :		
حقوق تأليف (١٠ ٪ من سعر البيع)	٠٨٠ر–	
تكاليف أضافية (٢٥٪ من صافى البيع)	١٤٠ر–	
اعــلان	٠٥٠ر	
		٢٧٠ر–
الحد الفائض لسداد تكاليف انتاج النسخة		٢٩٠ر–

		مليم جنيه		مليم جنيه
عدد النسخ الحدية لتغطيــة التكاليف	=	١١٣٧ر٠٠٠	–	٢٩٠ر–
(النقطــة الحدية)	=	٣٩٢١ نسخة		

وبناء على ذلك فاذا نشر الكتاب وطبع منه ٥٠٠٠ نسخة بسعر بيع النسخة الواحدة ٨٠٠ مليم – وبنفس الشروط السابق الاشارة اليها ، فان الناشر يدرك أنه سيغطى تكاليف النشر اذا حقق بيع ٣٩٢١ نسخة من الطبعة .

وربما وجد القارىء تسلية فى دراسة النقطة الحدية للطبعة البالغ كميتها ١٠٠٠٠ نسخة .

الحقوق الاضافية

الايرادات السابق مناقشتها فى جميع الامثلة السابقة تنحصر فى مبيعات الكتب . ولكن يجب ألا يغيب عن اذهاننا أن هناك ايرادا آخر بالرغم من أنه عنصر غير فعال فى صناعة النشر غير النامية ، وهذا الايراد هو من ناتج بيع أو الترخيص باستخدام ما يسمى « بالحقوق الاضافية » . ويتضمن ذلك الترخيص لناشرين آخرين باعادة طبع النسخ ، أو بضمان حقوق التراجم ، أو بالاذن بالاقتباس من المعاجم أو كتب الدراسة التى يصدرونها ، وبالرغم من أن كل هذه الميزات تذهب معظمها للمؤلف لا للناشر ، هذا بخلاف التراخيص التى تمنح للسينما أو الراديو أو التليفزيون .

وقد سردنا الكثير عن هذه الحقوق الاضافية فى الفصل ١٨ ، وبخاصة بالنسبة للايراد الذى يوزع بين الناشر والمؤلف .

ولكن يجب ملاحظة أن هناك نزعة فى البلاد المتقدمة فى صناعة النشر فى السنوات الاخيرة ، وبصفة خاصة فى أمريكا بشأن الحقوق الاضافية، حيث تغطى الفرق بين اجمالى أرباح وخسائر الناشر .

فبعض الناشرين الامريكيين لا يحققون أرباحا الا فى حدود ٢ فى المائة أو ٣ فى المائة ، وأحيانا يحققون خسائر على عملياتهم الحقيقية فى نشر الكتب، ولكنهم يجنون أرباحا ضخمة من الحقوق الاضافية بما يغطى نتائج أرباحهم أو خسائرهم من النشر .

وفى آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية لا يجنى الناشرون أرباحا كبيرة فى الوقت الحاضر من هذه الحقوق الاضافية .

وقد تصبح ذات أهمية كبيرة عندما تطبق قواعد التوزيع على مستوى واسع ومع زيادة طبيعية فى كميات الكتب التى تطبع بأسعار أقل للاستفادة من الكتب التى سبق نشرها بواسطة ناشرين آخرين .

واذا سار فن نشر الكتاب فى نفس الطريق الذى تقدمت فيه دول أوروبا وشمال أمريكا فان حقوق التأليف المدفوعة الى الناشر الاصلى تصبح موردا للايراد باشتراك نوادى القراءة لاعادة الطباعة أو بالتوزيع على مستوى واسع للكتاب ٠

اقتصاديات الناشر

هناك آلاف من الطرق لكى يضاعف الناشر من أرباحه بخلاف هدفه الاساسى من بيع كتب أكثر ٠

وتخفيض المصروفات فى قسم التحرير أو فى الانتاج ، أو فى المصروفات البيعية ليس ضروريا لكى تزداد الارباح ، فانه ربما تأثرت من ذلك المبيعات بالنقصان نتيجة هذه السياسة الاقتصادية الخاطئة .

والامثلة على السياسة الاقتصادية السليمة والخاطئة نوقشت فى عدة فصول من هذا الكتاب ٠

واننا لنشير باهتمام الى الفقرات الواردة فى هذا الفصل فيما بعد حول نوعين من المصروفات لا مفر منهما ويرتبطان بعضهما ببعض ، وهما الاستخدام الطويل الاجل وفائدة رأس المال الذى يحتاج اليه الناشر لهذا الاستخدام أو الاستثمار مستقبلا ٠

رأس المال والفوائد

المصروفات الثابتة فى أى مشروع هى استخدام لرأس المال اللازم والفوائد التى تدفع على رأس المال المستثمر فى المشروع من وقت لآخر تظل لازمة حتى تتم استعاضتها من الايراد .

والفوائد هى كلفة لهذا الاستثمار حتى ولو لم يلجأ الناشر للاقتراض . وحتى اذا كان محظوظا ولديه الفائض من الاموال السائلة ، ولم يقترض من

البنوك أو من آخرين فان هذا المال الفائض كان من الممكن استثماره فى مشروعات أخرى غير استثمار نشر الكتب ·

وربما كان فى هذا الفصل على وجه التحديد المكان المناسب لابراز المبادىء التى يهدف لها هذا الكتاب ، سواء كانت هذه المبادىء فى ظل الاقتصاد الاشتراكى أم الاقتصاد الرأسمالى . فانها تخص الناشر الذى يعمل لحسابه الخاص فقط ·

وربما كانت الاهداف والقواعد فى كل من النظامين مختلفة ، ولكن الناشر الواعى فى ظل أى نظام هو الذى يراعى جميع الاعتبارات والعوامل السابق الاشارة اليها خاصة عوامل تخفيض التكاليف ·

والقضية التى نحن بصددها حول موضوع فائدة رأس المال حتى فى دور النشر المملوكة للدولة ، فانه حتى الناشر الذى يطالب بحصة من الدخل القومى لاستثماره فان هذا الجزء من الثروة القومية يمكن استخدامه فى وجوه أخرى فى الدولة اذا لم تستخدمه الدولة فى مشروعات النشر ·

وناشر القطاع العام الحريص على أموال الدولة سيراعى فائدة رأس المال على استخداماته فى مشروعاته خاصة عند تفكيره فى الاستثمارات طويلة الأجل سواء احتسبت هذه الفائدة فى دفاتره أم لم تدرج بها .

وبالرجوع الى تساؤلنا حول اعتبار فائدة رأس المال كتكليف على نشر الكتب أم لا ، فان ذلك يتضح لنا من التمعن فى كلفة هذه الفائدة للأنواع الثلاثة الآتية :

الفائدة كتكاليف على العمليات العادية

الدفعات المقدمة التى يسددها الناشر للمؤلف ، وكذلك ما يدفعه الى تاجر الورق والمطابع ، وعلى « الذممات » التى يتحمل ابقاءها لدى بعض عملائه على الاقل لبعض الوقت ، وكذلك المصروفات العادية الثابتة وغير المباشرة لادارة منشآته للنشر ·

الاستثمار فى المخزون السلعى

اذا ما تذكرنا الكميات الاضافية التى قام الناشر بطبعها بغية تخفيض الكلفة عند اجراء الطباعة العادية ، ربما فكر الناشر فى زيادة الكميات المطلوبة من كتاب لمواجهة توريداته السنوية ٠

وربما كانت هذه السياسة مريحة لسنوات مقبلة حيث سيحقق ايرادا بدون تحمل أعباء أخرى لتكاليف الطبع ٠

ومن الضرورى الموازنة بين التكاليف والسياسة الاقتصادية للطباعة .

ولكن كل ذلك يقيد رأس المال وفى نفس الوقت يترتب عليه أعباء التخزين ومصروفات التأمين ٠

الاستثمار طويل الاجل

وهذا النوع من الاستثمار الذى ربما لا يحقق فيه أى عائد للأموال خلال السنة التى صرفت فيها ٠

والاستثمار طويل الأجل يصبح ذا أهمية جوهرية أكثر من أى نوع آخر بالنسبة للناشر الفرد ولصناعة النشر فى الدولة التى هو جزء منها ٠

ويساعد أيضا فى استخدامات مختلفة منها :

ـ تجارب فى طرق جديدة لزيادة التوزيع ٠

ـ مشروعات طويلة الاجل كمشروعات المسلسلات الادبية وأنواع جديدة من الكتب الدراسية ، أو المساهمة فى الاكتتابات ومشروعات الخدمات ٠٠٠ الخ ٠

ـ مشروعات لصالح صناعة النشر كالاتحادات وشركات تجارة المحلات او جمعيات تعاونية للتمويل أو للخدمات الخاصة بالصناعة ٠٠٠ الخ ٠

وهذه المشروعات الطويلة الاجل نوقشت فى مواضع أخرى من هذا الكتاب ، ونود أن ننوه بأن الناشر الذى يتجاهل هذه المشروعات فانه لا يخدم الواجب

الوطنى وكذلك يوجه نفسه لمستقبل مظلم ٠ لا يرسم له طريقا للتوسع فى عمله او رسالته الوطنية ٠

حاجة الناشر الى القروض

ان النقص فى المخاطرة برؤوس الاموال ، أو على الاقل رؤوس الاموال التى يحجم أصحابها عن استخدامها يعوق التنمية فى كل من آسيا وأفريقياوأمريكا اللاتينية ٠

وتظهر حدة المشكلة فىصناعة نشر الكتاب عنها فىصناعة الطباعة،ربمالأن شعور المستثمرين كامن فى الماكينات الملموسة وتحت شعور بتجميد رأس المال يجعل ذلك من أكثر الامور تأثيرا فى تقدم النشر فى تلك البلاد ٠

وليست آثار تلك القوى التى تحول دون استخدام رؤوس الاموال مقصورة على كميات الطباعة الصغيرة بأسعار عالية فقط ، ولكنها أيضا توقف المحاولات البعيدة المدى لآجال طويلة فى تلك المشروعات ولصالح الناشر والمجتمع .

ونظرا لان صناعة نشر الكتاب صناعة صغيرة ، وصغيرة فى اقتصادها وأجلها القصير عند مقارنتها بمشروعات ضخمة كصناعة الأسمنت أومصانع الصلب أو خدمات الموانى،لذلك فان الذين يخططون للدخل والاقتصادالقومى نادرا ما يقيمون وزنا لاحتياجات الناشرين للقروض ٠

وأثر ذلك على الناشر أنه لا يحصل على الاموال اللازمة بفائدة معقولة بل ترتفع أحيانا حتى تصل فائدتها الى ٢٥ فى المائة أو أكثر وهذا بالطبع مناهض للثروة القومية ٠

ويمتد أثر ذلك أيضا عليه من حيث عدم قدرته على زيادة الكميات المطبوعة بخلاف اضافة قيمة هذه الفوائد الى نفقة الكتاب مما يضاعف من قيمته عند بيعه ومما يجعل هذه العناصر تتحكم فى ظروفه ، ولذلك فان المبدأ الذى يهدف اليه اقتصاد النشر من حيث كميات أكبر بأقل كلفة لن يصبح معمولا به .

ومن الاسباب الضرورية لايجاد التعاون الكامل بين الناشرين والرسميين المسئولين عن التخطيط والتمويل هو ايضاح هذه الحقائق ، ليس لصالح الناشرين ولمطالبهم الخاصة ، ولكن لمصلحة الاقتصاد الوطنى ·

وعلى الاخص حاجتهم الى المعاونة الفعالة من بعض الجهات كوزارة التربية والتعليم وقادة التعليم فى البلاد لبيان عائد هذا التعاون على هذه الصناعة الضرورية لخدمة الصالح العام (١) ·

الاقتصاد والخدمة العامة

ليس من حق الناشر أن يطلب معاونة المجتمع دون أن يرعى مصالحه ، ونيس ذلك يوما بيوم ، ولكن بالخدمة المستقرة للمستقبل كما أوضحنا آنفا ، وهناك طرق أخرى لخدمته .

فاحدى طرق الاستثمار طويل الاجل أن يعمد الناشر الى الوصول الى المستهلك بطريق رسم سياسة تخفيض أسعار بواسطة انتاج الكتاب،وحتى ذلك فبطريقة نظرية قد لا يتحصل منها الا على أرباحه الاضافية .

وهناك وسيلة أخرى يعمد اليها بعض الناشرين تعتبر أحيانا أن هذا الاستثمار ما هو الا شرف كبير بالنسبة لخدمة المجتمع فى اصدار كتاب معين قد يكون لازما للمجتمع ، أو قد يكون ضروريا لكاتب كبير ، ومع ذلك فان الناشر متأكد أنه لن يحقق من ذلك الكتاب أى ربح ·

وقد تكون مناقشة التزامات الناشر تجاه المجتمع مناقشة فلسفية أكثر من موضعها فى هذا الباب للاقتصاديات ·

ولكنها فى الواقع مناسبة هنا ·

---

(١) التخطيط المعمول به فى الجمهورية العربية المتحدة وفى ظل قوانين مساهمة الدوله فى شركات القطاع العام ينظم عمليات التمويل والتسهيلات الائتمانية بفوائد محددة بقوانين وتستفيد منها شركات النشر التى تسهم فيها الدولة .

وكثير من دور النشر التى تعمل فى صناعة الكتاب الناجحة فى البلاد المتقدمة فى العالم قد اكتسبت احترام وثقة المؤلفين والموزعين والمثقفين والقراء عن طريق التضحية بمصالحها التجارية فى سبيل خدمة المجتمع حتى ولو لم يكن لديها من الامكانات الملموسة ما يسمح بتلك التضحيات ·

وبالرغم من أن تلك الدور لم يكن لها الصبغة التجارية فانها لم تتخل عن دورها ازاء الحقائق الصعبة التى واجهت اقتصادها .

ولعلمها أن المنشأة التى تسعى لاستقرار طويل الاجل يجب أن تضحى وتخاطر من أجل المستهلك ·

وناشر الكتاب ، كغيره من رجال الأعمال ، من حقه على المجتمع أن يحقق ربحا عن طريق نشر الكتاب ·

ومن أجل هذه الميزة فانه يدفع ثمن تلك المغامرة بأمواله فى سبيل المجتمع.

الفصل الرابع

إنشاء التحرير : أفكار ضمن كتب

ان الناشر الجالس فى انتظار المؤلفين والمترجمين لكى يأتوا اليه بالمخطوطات ، سوف ينتهى به المطاف الى أن يطبع قائمة من الكتب لا هى فى العير ولا فى النفير ، وسيكون ربحه قليلا ، لا مناص . فى حين أن الناشر الذى يبتغى أسداء خدمة طيبة لمصلحة الجمهور ولمصلحة حافظة نقوده ، يسعى ويمضى فى سبيله ويبذل الجهد ليحصل على المخطوطات ، فهو لا يقتصر على محاولة الحصول على أحسن المخطوطات المؤلفة التى كتبت فعلا ، وانما يشجع ويؤازر ويوجه كتابة المخطوطات الجديدة التى تهديه بصيرته الى انها ستلبى حاجة ، وتسد نقصا ، وسيكون لها ، من ثم ، سوق رائجة .

وهذا السبيل برمته يسمى : « تنمية التحرير » ، أو بعبارة أكثر حيوية : « تحويل الأفكار الى كتب » . وعندما يوضع عمل أطوار التحرير موضع التنفيذ ، فاننا نقول عندئذ ان الناشر يؤدى دوره بكل وضوح بهذه الصفة المزدوجة كسياسى ثقافى ذى حنكة وفراهة ، وكرجل أعمال بعيد النظر . والأمران مكملان بعضهما لبعض لا انفصام لهما ولا سبيل الى التفريق بينهما ابدا . ذلك أن النظرة البعيدة المدى لازمة لمصلحة الناشر الاقتصادية تماما مثل لزوم ما يتوقعه المجتمع من الناشر أن يؤديه للمصلحة العامة .

عمل المحرر

ان قسم التحرير فى اى دار من دور النشر ، سواء أكان مؤلفا من هيئة كبيرة من المتخصصين من مختلفى الأنواع أم كان مجرد ركن واحد فى عقل الناشر نفسه فى نطاق مؤسسة فردية من شخص واحد — هو مفتاح

النجاح أو الفشل . والمخطوط هو الركيزة التى يبنى عليها كل شيء آخر فى نشر الكتاب . وما لم تكن ثمة أفكار لها أهمية أو فائدة للناس ، وتقدم بطرق يسيغها الجمهور ويتقبلها ، فلا جدوى من نشر الكتب بتاتا .

وهذا الفصل يقتصر على معالجة الدور الاستراتيجى الذى يقوم به المحرر . أما الفصل التالى فيتصدى لوظيفة أخرى من وظائف التحرير ، وهى اعداد المخطوط للطابع ، ولكن هذا العمل الهام يأتى بعد أن يقرر واضع السياسة التحريرية أيا من الكتب خليقة بأن تنشر .

والمحرر الحكيم لا يعتمد على نفسه وحده فى اتخاذ هذه القرارات . فثمة مواهب أخرى كثيرة يستطيع أن يستقى من مناهلها ، حتى ولو كانت مؤسسته صغيرة . واذا كانت المؤسسة كبيرة بحيث يكون لديها اقسام منفصلة للانتاج والبيع ، فان المحرر يستعين بها ، ولكنه ، اذا اقتضى الأمر ، يحاول بنفسه ان يحصل على نوع المعلومات التى كانت هذه الأقسام خليقة بأن تمده بها .

على أن النقطة الرئيسية ، هى أن المحرر ، فى تنفيذ مراحل أعمال التحرير ، يجب أن يضع نصب عينيه ، على نحو ما ، وجهات نظر **كل** فروع نشر الكتاب، ولا يقتصر فحسب على الاعتماد على أحكامه الفكرية عن القيمة الأدبية لمخطوط ما ، أيا كان مؤلفه .

ولشرح هذه النقطة نقول : اذا قدر قسم الانتاج نفقات طبع مخطوط ما ، ثم قال قسم البيع ان ثمن البيع الضرورى بالنسبة لتلك النفقات خليق بأن يكون باهظا جدا بالنسبة للجمهور ، فان المحرر فى هذه الحالة يساوره الريب ، أو على الأقل يكون أقل ثقة فى امكان نشر المخطوط ، عما كان عليه قبل الحصول على هذه الأحكام الاقتصادية العملية . أو — بطريقة أخرى — قد يخشى المحرر ان يكون مخطوط ما من النوع المثير ، عديم الأمل من الناحية العملية ، حتى يقوم قسم الانتاج بدراسته دراسة عملية تضع المشروع فى قالب مادى واضح المعالم يتضح معه ان الثمن من الممكن أن يكون منخفضا

على نحو غير متوقع ، أو حتى يدبر قسم البيع طريقة جديدة للبيع لولوج سوق جديدة كبيرة .

وعلى الرغم من المطلب التحريرى الأساسى — وهو ورود مؤلفات ومخطوطات جيدة الى دار النشر — فان مما يساعدنا على دراسة وظيفة المحرر أن نلقى أولا نظرة على ما يحدث عندما يصل المخطوط . وبعد ذلك ، سنعود الى الخطوات التى يتسنى للمحرر أن يتخذها لكى يضمن أن مزيدا من المخطوطات الجيدة تتدفق فى ذلك التيار الموصول .

التصرف فى المخطوطات الواردة

أن جانب الصيانة البحت ، أو حفظ المخطوطات الواردة ، جدير بالانتباه الدقيق . ولهذا دواع وأسباب فى غاية الأهمية ، منها على سبيل المثال تلافى التعاسة وسوء الظن وفقدان الثقة التى يمكن أن تنجم عن فقد المخطوطات. ومنها أيضا ما يحدث من تأجيل وتسويف فى الرد على المؤلفين بالقبول أو الرفض لمؤلفاتهم .

بيد أن هناك سببا أكثر أهمية ، الا وهو توكيد وضمان النظام والذكاء والأمانة فى الدفع قدما ، بأهم عمل مفرد على الاطلاق فى نشر الكتب ، وهو تقرير هل ينشر الكتاب أم يصرف عنه النظر . ان التصرف الموفور العناية بالمخطوط ولو كان « مجرد حفظه وصونه » خليق بأن يكون الأساس الراسخ لقسم جيد من أقسام التحرير .

وعملية حفظ سجل بسيط يمكن أن تبين للمحرر تاريخ تسلم المخطوط ، وتاريخ ارساله لفاحص خارجى ، وتاريخ اعادته للمؤلف ، الخ .

ويمكن عمل ذلك بضروب مختلفة من الوسائل — على بطاقات ، أو بالتسجيل فى « دفتر الأستاذ » ، الخ .

ونظام قائمة البطاقات له بعض المزايا ، لأن المرء عندئذ يستطيع أن يرتب فى نسق بالحروف الأبجدية عشرات أو مئات أو آلاف المخطوطات التى فحصت

من قبل . واذا استخدمت هذه الطريقة فان بطاقات المخطوطات التى لا تزال تحت الفحص لا توضع عادة فى القائمة الأبجدية الرئيسية حيث ربما يكون من العسير سرعة استخراجها ما لم تميز بعلامات خاصة ، وانما بدلا من ذلك يمكن حفظها فى قسم صغير منفصل . وبهذه المناسبة ، فان طريقة كتابة القائمة الرئيسية للمخطوطات ينبغى أن تكون تحت اسم المؤلف (مفهرسا بالاسم الأول والأخير طبقا للعادة السارية فى البلد) ، ذلك لأن اسم المؤلف لا يتغير ، ولكن عنوان الكتاب قد يتغير أو يغفل ، أو ربما لا يتذكر المرء اذا ما كان مخطوط ما فى « علم الاجتماع » مفهرسا تحت حرف ع ، أو « مقدمة لعلم الاجتماع العام » مفهرسا تحت حرف م .

ومن الطبيعى أن أية مؤسسة نشر جديدة ، ترد اليها مخطوطات قليلة فى البداية ، ولكن العدد يزداد ازديادا هائلا بمضى الوقت . وكلما اكتسبت المؤسسة شهرة وذيوع صيت . وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، فان دار نشر ذات حجم متواضع ، فى الولايات المتحدة الأمريكية ، من النوع الذى يصدر خمسين كتابا جديدا فقط كل عام ، قد تتسلم مقدار ألف وخمسمائة مخطوط فى العام . والمشكلة ، قد تكون أكثر صعوبة ، فى معنى ما ، فى الدول النامية . فعلى الرغم من أن العدد الحقيقى للمخطوطات قد يكون أصغر ، الا أن جمهور الكاتبين أقل فهما للمقومات التى تجعل الكتاب خليقا بأن يطبع وينشر ويذاع . ثم ان مؤسسات النشر الناشئة لا تتوافر فيها ، على الأرجح ، هيئة الموظفين والخبراء من أصحاب الكفاية والدراية ، الموجودين لدى المؤسسات القديمة الراسخة ، والقادرين على البت السريع فى معظم المخطوطات الواردة التى لا تصلح للنشر مطلقا . وهذه النقطة تفضى الى القضية التالية موضوع اهتمامنا ، وهى الطريقة التى يفحص بها المحرر مخطوطا للنشر ، وكيفية مساعدة وتعاون الناس الآخرين معه فى اتخاذ القرار الحاسم بنعم أو لا .

فحص المخطوطات للنشر

ان فحص المخطوطات التى لن يقدر لها أن تنشر ، يمكن أن يكون عملاً باهظ التكاليف . ولا مناص من تقبل بعض هذه النفقة لكى تظفر بالمخطوطات التى سوف تنشرها . ولكن لب المقدرة والكفاية فى أى قسم من اقسام التحرير هو ايجاد الوسائل الكفيلة بخفض تبديد الوقت والمـــال ، الى الحد الأدنى الممكن ، فى اعتبار التحرير ، عند فحص المخطوطات التى مصيرها الرفض فى النهاية . ان المأرب هو أن تحصر استعمالك للوقت والمال ، ما استطعت الى ذلك سبيلا ، بحيث يكون مقصورا على نسبة ضـــئيلة من طوفان الوارد الكلى ـــ أى على تلك المخطوطات التى سوف تحظى أخيرا بالموافقة ، أو على الأقل باحتمال الموافقة . وبعبارة موجزة تلك المخطوطات التى ستنال كلمة « نعم » أو كلمة « ربما » .

ومن البديهى انه من المستحيل فى الواقع من الأمر ، أن يفرغ المرء من الأمر على هذا النحو المبسط ، اذ لا يستطيع أى امرىء أن يستيقن مقدما ، اى المخطوطات يندرج تحت طائفة «نعم» وأيهما يندرج تحت طائفة «ربما» . ولكن من المحقق أن فى وسع المرء أن يتخذ كثيرا من السبل فى خفض نسبة تبديد الوقت والجهد والمـــال فى فحص المخطوطات التى مصيرها ، لا محالة ، أن تنتهى بكلمة «لا» .

ان كثيرا من المخطوطات خليقة بأن ترفض على الفور دون النظر حتى فى جودتها أو كيفها ، اذا كانت من النوع الذى لا يلائم مؤسستك لسبب أو لآخر ، ولنضرب لذلك مثلا : كتابا دينيا يقدم لناشر متخصص فى علوم الطب. أو من الممكن أن ترفض المخطوطات بدون أى مزيد من الفحص اذا لم تكن فى حالة صالحة للقراءة ، أو اذا كانت مطولة جدا أو مختصرة جدا بالنسبة لنوع معين من الكتب ، (وهنا لا جناح فى شىء من التردد أو التروى بسبب امكان التعديل أو الملاءمة كشكل من أشكال التطوير التحريرى ، كما سيذكر فيما بعد) .

ومن المرجح ، على سبيل الحدس ، أن نسبة تتراوح بين النصف والثلثين من المخطوطات الواردة يمكن نبذها ، لا على أساس الجودة ، ولكن على أساس عدم الصلاحية البحت .

« **القراءة الأولى** » : فى كثير من دور النشر بعد وضع « المستحيلات » جانبا ، فان المخطوطات الأخرى تقرأ قراءة أولية على يد واحد من هيئة التحرير . وقد تكون القراءة الأولى مجرد عملية فحص عينات من المخطوط والقاء نظرة عامة شاملة ، وبغرض تقرير ما اذا كانت المؤسسة راغبة فى قبول ثمن الفحص الحقيقى بوساطة قراءات أخرى يقوم بها أعضاء آخرون من هيئة التحرير أو فاحصون خارجيون . فاذا كان قسم التحرير يتألف من محرر واحد فقط ، ومحدود الميزانية ، فان المحرر قد يترك كل عمل آخر ويعيد قراءة المخطوط ، وهو فى هذه المرة يقرؤه من أوله لآخره وبكل دقة وتمحيص . فاذا ما عن لرئيس التحرير بعد التشاور مع غيره من الزملاء ، وبعد فحص الآراء التى انتهى اليها الآخرون ، أن يستنير برأى فاحص خارجى ، فانه فى هذه الحالة يستعين بمن يعتقدون أنه خير من يحكم على صلاحية المخطوط للنشر .

« **الفاحصون الخارجيون** » : ان الفاحص الخارجى ، عادة ما يكون متخصصا فى مادة موضوع المخطوط ، أو حجة فى الأسلوب الأدبى ، أو جهبذا من جهابذة أصحاب الدراية والمرانة والخبرة .

واذا كان الناشر محدود الميزانية ، أو فى حالة عسر مالى ، فقد يبدو تبذيرا أن يدفع مالا يبسط يده به كل البسط . لفاحص خارجى فى حين أن المؤسسة لديها هيئة تحرير خاصة بها . ولكن ذلك المبلغ الزهيد الذى يدفع لقاء الفحص يعتبر لا شىء اذا قورن بالخسارة التى تنجم عن قرار خاطىء بقبول نشر كتاب كان من الأولى رفضه بادىء ذى بدء .

هنا تلعب الحصافة دورها ، اذ يجب أن يسود المنطق طبعا فى هذه الحالات ، لأن الناشر الذى لا يتجنب محاذر الخطأ بسبب كزازته أو جعله

يده مغلولة الى عنقه ، خليق بأن يبدد كل موارده ، اما على قراءة وفحص كتب لن ينشرها على اية حال ، واما عدم استئجار فاحص خارجى لازم فى بعض الحالات اكتفاء برأى محررى المؤسسة . هنا تلزم الموازنة الذكية بين دواعى الفحص الخارجى ، ودواعى الاكتفاء برأى المحرر الداخلى .

ومن جهة اخرى ، فان وجهة نظر الفاحص الخارجى اذا كانت مختلفة عن وجهة نظر الفاحص الداخلى ، خليقة بأن توضح الفرق النهائى ليس فقط فى تقرير الحكم مع نشر الكتاب أو ضده ، ولكن أيضا فى اقتراح تنقيحات ومراجعات قد تحول كتابا جيدا فحسب الى كتاب ممتاز يشار اليه بالبنان .

« اعتبارات أخرى » : وحتى بعد كل القراءات والفحوص التى تتم على يد أعضاء هيئة التحرير أو الفاحصين الخارجيين ، وحتى اذا اتفق الجميع على صلاحيـــة المخطوط للنشر ، فان رئيس التحرير قد يظل أبعد ما يكون عن اتخاذ قرار نهائى .

ولذلك دواع وأسباب منهـــا : أولا ، قلما يستطيع ناشر أن يبت فى أمر كتاب معين فى حد ذاته وقائما بذاته . وانما هو فى العادة يتعين عليه أن يقارن مزايا مخطوطات عديدة بسبب ادراكه بأن فى وسعه ، بدون زيادة الموظفين أو التوسع فى مساحة المؤسسة ، أن ينشر فقط عددا محدودا من الكتب الجديدة فى السنة المقبلة . أو كثيرا جدا ما يحدث فى الدول النامية ، حيث تندر قروض المصارف للناشرين ، أو تتم القروض بربا فاحش ، فان رأسمال الناشر قد يحول دون انتاج الكتب الجديدة بالعدد الذى يتوق اليه. أو ـــ وهذا ضرب من الاحباط القاسى عندما تكون هيئة موظفى الناشر ورأسماله كافيين بدرجة كبيرة لزيادة الانتاج ـــ قد يكون ثمة نقص فى ورق الكتاب أو أدوات الطباعة .

لكل هذه الأسباب ، التى يقابلها الناشرون غالبا فى أى مكان ، وبصفة خاصة فى الدول النامية ، فثمة حاجة الى عبقرية حقيقية من جانب الناشر فى موازنة كل العناصر والعوامل المختلفة . فهو يعتبر أولا ميزة الكتاب

ذاته ، ثم ثانيا — وان كان ذلك فىنفس الأهمية أولا من الوجهة العملية — يعتبر كيف يتلاءم الكتاب فى الاطار العام لعمل الناشر ، ليس فقط فى ضوء آماله وخططه ، ولكن أيضا فى ضوء الموقف الاقتصادى العام .

وموجز القول ، أنه فيما يلى ملخص للموارد والمصادر التى يتعين على الناشر أن يستقى منها عندما يتخذ قرارا بالموافقة أو عدم الموافقة على نشر الكتاب :

١ — معرفته الخاصة بالكتب والتربية والثقافة . معرفته بما يدور فى الدنيا وحاسته الخبيرة التى تشم رد فعل الناس حيال الكتاب .

٢ — المحررون المتخصصون من الخبراء فى داخل المؤسسة اذا وجدوا . ان دور النشر الكبرى خليقة بأن يكون لديها خبراء أصحاب موهبة خاصة فى القصص أو كتب الأطفال أو العلوم ، الخ .

٣ — الفاحصون الخارجيون ، اى القارئون الذين يقرءون المخطوطات لقاء أجر معلوم ثم يشيرون على الناشر فى سرية تامة بشأنها . والاختيار الدقيق للفاحصين الخارجيين يعتبر عملا من أهم أعمال الناشر . وهم مفيدون بطريقتين :

(أ) تزويد الناشر بمواهب خاصة يتصادف أنها لا تتوافر عنده فى هيئة موظفيه .

(ب) تزويد الناشر بوجهات نظر أخرى قد تصحح أو تؤيد آراء موظفى دار النشر المسئولين .

٤ — أقسام الانتاج والبيع لكى يقدموا المشورة فى صورة عملية بالقياس الى السبل المقترحة آنفا .

٥ — القسم المالى (وهو فى مؤسسة صغيرة قد لا يعنى اكثر من الناشر نفسه وهو يفكر فى رصيده فى البنك والتزاماته واعبائه وآماله المرجوة فى

الربح) . وهذه الخطوة لها اهمية كبيرة ، سواء اكانت المؤسسة لديها قسم مالى مستقل أم لا . وهذا أمر واضح بصفة عامة ، ولكننا سنرى فى سياق لاحق من هذا الفصل ، أن ثمة علاقة خاصة بين « تخصيص رأس المال » وكلفة عملية التحرير .

٦ — فى بعض الحالات قد يرغب المحرر وقسم البيع فى اختبار تخميناتهم عن السوق باجراء نوع من « البحث الميدانى » . وبالنسبة لمشروع صغير، فان ذلك قد لا يعنى أكثر من القاء بضعة أسئلة على عدد من بائعى الكتب والقائمين على أمر المدارس ، الخ . ولكنه بالنســـبة لسلسلة مقترحة من الكتب أو مشروعات أخرى تتطلب تثميرا ماليا ، فقد يبدو من الضرورى عمل دراسات وبحوث أكثر دقة واتقانا ، أو عمل اختبارات فعلية فى مشروعات ريادية من المعروفة ببحوث الطليعة التى تجس نبض السوق .

وبعد تلقى كل الأحكام والنتائج المستقاة من مصادر من هذا القبيل ، فان الحقيقة الحاسمة هى الطريقة التى يضم بها الناشر كل العناصر والعوامل معا ثم يتخذ قراره النهائى . وحاصل كل قراراته على مدى السنين هو التعبير الدال على شخصيته .

وليس من المحتم على كل الناشرين أن ينشروا نفس النوع من الكتب . فثمة مؤسسة قد تقرر أن تعطى اهتماما خاصا للكتب الدراسية ، وأخرى للأدب ، وثالثة للعلوم المبسطة للناس ، فى حين تكون لديها قائمة عامة فى نفس الوقت . وقد تخصص دار من دور النشر نفسها لنوع خاص من الانتاج أو عدد قليل من الميادين . وقد تنقسم دار نشر كبيرة الى عدد من الأقسام ، لكل قسم منها رئيس تحرير خاص يتبع سبيلا معينا لا يتجاوزه الى غيره .

والشىء الهام فى هذا الصدد هو أن تكون مؤسسة النشر أو أقسامها ، ذات شخصية متميزة وواضحة الملامح ، ونزاهة تحريرية تتسم بالأمانة والاستقامة . ان نفرا من الناشرين المبدعين من أمثال سودجاتموكو فى أندونيسيا ، والفرد نوبف فى الولايات المتحدة الأمريكية ، والسير آلين لين فى المملكة المتحدة ،

وسانتياجو سالفان فى اسبانيا ، وجونزالو لوسادا فى الأرجنتين ، وجوزيه اوليمبو فى البرازيل ، قد اكتسبوا شهرتهم ، ليس فقط كرجال أعمال ناجحين ، ولكن لأن أسماء مؤسساتهم على غلاف الكتاب تعنى شيئا للقارىء.

واقوى حجة تؤيد قبول مخطوط ما فى اجتماع المحررين فى أى بلد ينبغى أن تكون « هذا هو كتابنا » .

كيف تأتى المخطوطات للناشر ؟

أن كثيرا من المخطوطات لا تأتى للناشر من تلقاء نفسها . وحتى عندما يبدو أن الناشر لا يد له فى اقناع المؤلف بارسال المخطوط ، فان البحث الدقيق خليق بأن يبين أن المؤلف أرسل المخطوط الى ذلك الناشر بالذات بناء على اقتراح شخص آخر . وقد يكون الذى أوحى اليه بذلك بائع كتب ، أو أمين مكتبة ، أو معلم من المعلمين ، أو مؤلف آخر ، أو أى شخص آخر عليم بكفاية الناشر ، وباهتمامه الخاص بذلك النوع من الكتب ، أو بسجله السابق الدال على حسن قيامه ومعالجته لكتب أخرى عن ذلك الموضوع .

وهذا يؤكد ان سمعة الناشر ، فى شئون تحرير الكتب ، كما هو الشأن فى كل شىء آخر ، هى كنزه الذى لا يفنى وغوثه الذى يجعل عسر غيره يسرا له .

والناشر الجديد يفتقر الى هذه الميزة طبعا ، ولكن اخلاص مقاصده وصدق نواياه وذكاء تخطيطه ، خليقة بأن تتضح للمؤلفين الى حد ما ، ثم أن اتقانه لكتبه الأولى القليلة التى يصدرها كفيل بأن يخلق له « سلسلة موصولة من رد الفعل » تشيع رأيا حسنا وسمعة طيبة بين كتاب الوطن .

بيد أن الناشر الذى يعول فقط على المخطوطات التى تأتيه فى عقر داره استنادا الى شهرته العامة ، لن يقدر له أن يظفر بقائمة النشر التى يبتغيها ، لذلك ينبغى له أن يأخذ بزمام المبادرة بكل قوة ، وأن يقدم ولا يحجم ، خصوصا

اذا كانت مؤسسته فى مستهل حياتها لا تزال غير ذائعة الصيت لدى المؤلفين أو الناس الذين يؤثرون فى المؤلفين ويوحون اليهم بالمشورة التى لها وزنها .

هيئة الموظفين

ان قسم التحرير — سواء أكان شخصا واحدا أم جماعة كاملة من الناس (وهذا أمر يتوقف على حجم دار النشر) — تقع على عاتقه المسئولية الرئيسية لجلب المخطوطات . ولكن فى أية منظمة حية نابضة ، فان كل شخص فى دار النشر يعلم أن المحررين يميلون وجدانيا وعاطفيا الى اقتراحات المخطوطات التى يجلبونها ، واعضاء قسم البيع — وخصوصا أولئك الذين هم على صلة دائمة ببائعى الكتب وأمناء المكتبات ورجال التربية والتعليم — غالبا ما يكونون مصدرا طيبا لاقتراحات التحرير . ثم ان بائعى الكتب الدراسية وناشريها لهم صلات وثيقة بصفة خاصة ومفيدة كما هو مبين ، على نحو أوفى شرحا فى الفصل الحادى عشر .

« الكشافون الأدبيون » : وبالاضافة الى هيئة موظفى الناشر والمستشارين المتطوعين ، قد تقوم علاقة رسمية مهنية مع نفر من « الكشافين » الذين يعملون نيابة عن الناشر فى اجتلاب المخطوطات وتوجيهها الى رئيس التحرير الخاص بالناشر . أو قد يعين الناشر « محررا خارجيا موضوعيا » (غالبا ما يكون أستاذا جامعيا أو باحثا متخصصا يؤدى العمل على أساس بعض الوقت) من المتفقهين بالمادة المتابعين للكتب التى تكتب فى الميدان ، أو المطلوب كتابتها فى مادة تخصص الأستاذ أو الباحث ، والتى قد تكون قصصا أو اقتصادا أو علم نفس ، الخ .

وثمة تدبير آخر من نفس هذا النوع العام ، وهو تعيين « محرر عام » خارجى لسلسلة معينة من الكتب بحيث يضطلع هذا المحرر الخارجى بالعبء الأكبر من العمل الخاص بالكتب فى تلك السلسلة ، والتى كان المحرر الخاص للناشر خليقا بأن يؤديها بدلا منه .

والأجر الذى يدفعه الناشر لتلك الضروب المختلفة من « الكشافين » عادة ما يكون « جعلا » صغيرا ، على أساس عدد النسخ التى تباع من الكتاب ؛ كما هى الحال بالنسبة للجعل المنظم المعتاد الذى يدفع للمؤلف بمثابة حق معلوم يخول له حصة فى الأرباح .

الجوائز : معظم الجوائز الأدبية فى العالم تشجع التأليف عموما بمنح جوائز **بعد** نشر الكتب . وهذه هى الحال فى الجوائز القومية والدولية . وهى ذات فائدة كبرى للمجتمع ، اذ أنها تلفت النظر الى الكتب القيمة ، ثم انها تؤكد اهتمام الجمهور بقيمة وأهمية الكتب بصفة عامة . والناشرون الذين يهتمون بالمصلحة العامة لصناعة الكتب القومية فى المدى الطويل ؛ يدركون فائدة تشجيع وتعضيد واعانة هذه الجوائز والمكافآت ، كما سنذكر فى الفصل السابع عشر .

بيد أن هناك نوعا آخر من الجوائز الأدبية ، التى يمنحها الناشرون كأفراد ، مكافأة عن أحسن مخطوطات من أنواع معينة بالذات **تقدم لهم خاصة قبل النشر** . ومثل هذه الجوائز ، كثيرة بصفة خاصة فى ميدان القصص ، وهى تعتبر فى نظر مانحيها مفيدة ليس فقط فى جذب المخطوط الخليق بأن يظفر بالجائزة أخيرا ، ولكن أيضا فى اجتلاب كثير غيره . وحقيقة أن دارا من دور النشر تقدم جائزة لأحسن القصص مثلا ، انما هو سبيل فعال للقول للجمهور بأن « هذه الدار تهتم بنشر أحسن القصص أو الروايات التى تستطيع هذه الأمة انتاجها » . وهذه الجوائز التى يمنحها الناشرون للمخطوطات التى لم تنشر غالبا ما تكون فى قسمين : مبلغ فورى مضاف اليه مبلغ اضافى بمثابة نصيب مقدما من حق المؤلف فى الربح المأمول من الكتاب الذى يعتقد الناشر أنه سيكون جزءا من حصته فى النهاية على أساس بيع الكتاب .

الوكلاء الأدبيون : ولتكملة حكاية الطرق المختلفة التي تأتى بها المخطوطات الى الناشرين ، فلزام علينا أن نذكر « الوكيل الأدبى » ، وان كان ذلك ليس عنصرا هاما الآن فى آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية . وتختلف الآراء حول

قيمة نظام الوكالة حتى فى الولايات المتحدة الأمريكية حيث تذهب الأغلبية العظمى من المخطوطات التى يكتبها مؤلفون محترفون راسخون ، الى الناشرين بوساطة الوكلاء . والوكلاء ، لا يستطيعون ، فى أية حالة ، أن ينفقوا الوقت على مؤلفين لا يبشرون بأنهم بقرة حلوب ، وبأنهم سيصبحون جالبين لدخل طيب .

والوكيل الأدبى يعمل للمؤلف لا للناشر . وهو يتسلم المخطوط من المؤلف ويستفتى فيه عددا من الناشرين . ثم ، فى حالة التوفيق والنجاح ، يتفاوض فى النهاية فى شروط العقد مع واحد من الناشرين نيابة عن عميله (المؤلف) . وبعبارة أخرى ، فان عمله هو الوجه الآخر من العملة بالقياس الى عمل « كشاف » الناشر . ولأن الوكيل يخدم المؤلف ، فان المؤلف هو الذى يدفع له أجر عمله ، عادة ، بأن يعطيه نسبة معينة من حق التأليف التى يأخذها من الناشر عندما يقدر للكتاب أن يصدر اخيرا .

أطوار المخطوط

كل من يعنيهم الأمر من المهتمين بتشجيع كتابة الكتب الجيدة الصالحة محررو الناشر ، والكشافون والوكلاء الأدبيون — يفكرون دائما ليس فقط فى المخطوطات التى يكتبها المؤلفون فعلا ، وانما أيضا فى الكتب التى تؤهل اهتمامات المؤلفين ومواهبهم وخبراتهم لكتابتها . فاذا بدت هـذه الأفكار لا تزال صالحة بعد الدراسة والفحص ، فان الناشر عندئذ يناقشهـا مع أنسب المؤلفين الممكنين لكتابتها ، ثم بعد ذلك يخطط المؤلف والناشر معـا، الخطة الرئيسية لتنفيذ الفكرة . وعلى سبيل التشجيع للمؤلف ، وكدليل على حسن نواياه ، فان الناشر فى هذا الطور قد يعطى المؤلف عقدا ويدفع له مبلغا مقدما من حصته فى حقوق النشر — التى فى مأمول كليهما — أن يؤتيها الكتاب فى النهاية .

ولا جناح علينا فى هذا السياق أن نقدم طائفة من الأفكار الجديرة بأن يحولها

المؤلف الى كتب . وهى افكار خليقة بأن تنتج ضروبا متنوعة من الكتب .
وهى خليقة بأن تطرا على ذهن اى محرر بطرق مختلفة عديدة .

بعض الأمثلة

— شخصية محترمة ذات مكانة لدى الجمهور — عمل طويلا كمندوب لوطنه لدى الأمم المتحدة حيث قام بدور قيادى فى احداث العالم ، وهو على وشك اعتزال الخدمة والاحالة الى المعاش . ويمكن اقناعه بكتابة مذكراته .

— كاتب من كتاب القصص القصيرة ازدادت شهرته لدى الجمهور على نحو موصول ، كلما ظهرت له قصة قصيرة ، وقد حان الوقت لجمع قصصه المنشورة فى كتاب ونشرها كوحدة متكاملة .

— عالم من العلماء البارزين ممن اكتسبوا شهرة كمتحدث عام ومذيع ، وله موهبة خاصة فى تبسيط الحقائق العلمية الحديثة للكافة من غير المتخصصين وفى شرحها بفراهة وطلاوة ، ومن ثم يقنعه الناشر بأن يحول بعضا من احسن أحاديثه الى فصول لكتاب ، وأن يكتب فصولا جديدة ليملأ بها ما عسى أن يكون من فجوات فى الموضوع . وابان مناقشة الموضوع مع المؤلف يتضح أن المؤلف معجب بفنان معين ، ماهر فى رسم الرسوم التوضيحية المبسطة للموضوعات العلمية ، وعلى هذا يكلف الفنان بالعمل مع المؤلف فى انجاز الرسوم التوضيحية للكتاب .

— أكبر علماء الاجتماع البارزين فى الوطن ، انتقد فى حديث عام أو مقال بالصحف الكتب الدراسية الأجنبية الخاصة بعلم الاجتماع فى جامعته ، لان كل الأمثلة والحالات المذكورة فى الكتب مستقاة من ثقافة أجنبية لا تمت الى المشكلات المحلية بسبب . فى هذه الحالة يستطيع المحرر ان يشجعه على كتابة كتاب دراسى جديد فى علم الاجتماع تستقى أمثلته من الظروف والأحوال الاجتماعية الحقيقية الواقعية فى ثقافته .

— رسام موهوب ، لم يسبق له ابدا ان عمل رسوما توضيحية للكتب، قد

سلى نفسه او تفكه على سبيل التجربة بعمل رسوم توضيحية يشرح بها دور احب شاعر قومى لدى المواطنين واكثرهم رواجا . يستطيع المحرر أن يدبر لقاء بين الرسام والشاعر ويعقد اتفاقا بحيث يصدر نسخة بالرسوم التوضيحية لمختارات من اشعار الشاعر .

ـ كاتب من أعظم كتاب البلد ـ يعلم الناس أنه يعمل منذ سنوات فى كتابة قصة كبيرة جديدة ، وتتسرب الأنباء أنه « متعثر » ، فى حالة احباط سيكولوجى ، ويمر بعسر أو حصر . فى هذه الحالة قد يستطيع محرر ذكى لطيف المدخل على النفوس عطوف أن يساعد المؤلف على تفريج كربته واقالته من عثرته واخراجه من غيابة الجب الذى أوقف تياره وأرهقه من أمره عسرا .

ـ راوية شعبى محبوب من رواة القصص الشعبية للأطفال بالمذياع ، يمكن اقناعه بكتابتها مع الرسوم التوضيحية المناسبة ، لكى تنشر ككتاب قراءة اضافية تزود به مكتبات المدارس .

ـ مصور بارع ، صور اشباعا لهوايته وارضاء لذوقه الفنى ـ صورا لأضرحة الأولياء والأماكن القومية المقدسة والآثار لسنوات عديدة ، يمكن حثه على تحويلها الى كتاب مصور للدراسات التكميلية بالمدارس .

ومن الواضح ، من هذه الأمثلة ومن كثير غيرها مما يخطر على بال القارىء أن المفهوم السابق للمحرر كناسك منعزل غير دنيوى يعمل قابعا فى برج عاجى أو فى صومعة بعيدة معزولة عن العالم ، انما هو مفهوم عفى عليه الزمان واصبح نسيا منسيا . ان المحرر الخلاق الحقيقى يجب أن يكون منتبها يقظا سريع الاستجابة والخفقان ، ليس فقط للاتجاهات الثقافية والفكرية فى بلده وفى البلاد الأخرى ، وانما لتيار حركة الأحداث الموصلة برمتها فى العالم الحديث . وهو لا يركز عينيه فحسب على حاجات واهتمامات الحاضر ، وانما يرنو ببصره وخياله للمستقبل ، ويهفو بوجدانه الى المستقبل البعيد ، وبالهامه الى وحدة الزمن فى ماضيه وحاضره ومستقبله .

والالهام لازم فى كل أمر يتعلق بأطوار التحرير ونموه ، بيد أنه أكثر أهمية

ولزوما فى طور معين بالذات ، الا وهو مرحلة تطوير ونمو المشروعات الكبرى التى سنتناولها بالبحث فيما يلى :

مشروعات التنمية الكبرى

سنعالج فى هذا القسم مشروعات التنمية الكبرى التى تعتبر اعمالارئيسية قد تمتد على مدى فترة طويلة من السنوات ، وقد تتضمن كثيرا من المؤلفين ، ومواهب كل قسم من أقسام دار النشر ، (وعادة) رأس مال كبير للتثمير قد يمضى وقت طويل قبل أن يؤتى أكله ويغل أرباحه ، أو يرجع الى أصحابه · ومسألة تمويل مشروعات التنمية سوف تناقش فى فصل خاص لاحق ، وهى خليقة بأن تبين لنا أن هناك وسائل للتقليل من خطر المشكلة بطرق معينة،حتى بالنسبة للمشروعات الكبيرة ·

السلاسل : ان أوضح نوع من مشروعات التنميةالكبرى هو سلسلة كتب عن موضوع عام ، أو ذى طابع عام ، مثل سير عظماء العالم ، أو الاحداث التاريخية ، أو قصص الاطفال بنفس الشخصيات الرئيسية المتصلة ، أو مقدمات للعلوم الرئيسية ككتب اضافية للقراءة · وبعض السلاسل قد تكون ذات حدود واضحة ، كما هى الحال ، على سبيل المثال ، فى سلسلة عن رؤساء الجمهوريات فى الأمم المختلفة ، ولكن بعض السلاسل « مفتوحة » من حيث النهاية ، ويمكن أن تستمر وتستمر مادامت ناجحة .

وكذلك بعض السلاسل تحتاج الىتخطيط خاص واعلان ودعاية لدى الجمهور من أول الامر ، فى حين ان البعض يمكن أن تنمو طبيعيا ، بل وربما دون الاشارة الى « سلسلة » حتى يتم نشر كتابين ناجحين أو ثلاثة . وأية سلسلة من النوع الاخير ، تعتبر أسهل ، بلا ريب ، لكى يشرع فيها الناشر ، تحريريا واقتصاديا على السواء ، ولكنها تفتقر أيضا الى الاثر والدفع والمد الجماهيرى التى تأتى من الاعلان الجرىء عن سلسلة جديدة .

ولا جناح علينا فى هذا السياق من أن نعود الى الاشارة الى تعليقنا السابق عن « محررى المواد » « والمحررين العموميين » الذين يساعدون محرر الناشر

فى التخطيط التحريرى . فمن الواضح أن خدمات هؤلاء الخبراء المختصين الخارجيين ذات قيمة خاصة فى تدبير وتخطيط السلاسل .

وعلى أية حال فان اصدار سلسلة من السلاسل لا تقتصر قيمتها فحسب على فوائد البيع (التى سنفحصها فى الفصلين الثامن والتاسع) وانما لها ايضا ميزة تحريرية واضحة فى أنها خليقة بأن تجذب الى الناشر أحسن المخطوطات عن الموضوع الذى تتصدى له السلسلة .

الكتب الدراسية وكتب القراءة : ان المشكلات الخاصة والفرص الخاصة التى تقدمها سلاسل الكتب الدراسية والكتب الاضافية للقراءة بالمدارس سوف تناقش فى الفصلين الحادى عشر والثانى عشر . ولكن يجدر بنا ان نذكر هنا أن هذه المشكلات والفرص تزودنا بأوضح مثال لمشروعات التنمية الكبرى ، التى غالبا ما تكون فى شكل سلاسل والتى تتضمن مجهودا عظيما على فترة طويلة من الزمن .

كتب المراجع : ان المشروعات التى مثل المعاجم « القواميس » والموسوعات والاطالس ، حتى ولو كانت فى مجلد مفرد بدلا من سلسلة ، يمكن أن تكون أعمالا كبرى رئيسية تتطلب سنين لاعدادها ورؤس أموال هائلة تستثمر فيها قبل أن يبدأ العائد يرجع أخيرا فى صورة دخل المبيعات .

ومشكلات التحرير الخاصة بمثل هذه المشروعات تختلف اختلافا بينا عن تلك المشكلات التى يصادفها التحرير فى اعداد أنواع أخرى من الكتب ، بحيث ان الناشرين ينشئون قسما خاصا لهذا الغرض . ثم على خلاف الوضع المعتاد ، فان قسطا كبيرا من العمل يمكن ان يؤدى فى دار النشر على يد موظفى الناشر .

تمويل التحرير

ان تنمية مشروعات التحرير تتكلف مالا مقدما ، بمعنى أنه يدفع قبل الحصول على الدخل او العائد على اية حال ، ولو لم يكن الا بسبب نفقات الناشر فى الاحتفاظ بهيئة من الموظفين ذات إهلية ودراية فى تخطيط وتنفيذ مشروعات التنمية . ولكن هناك ايضا نفقات من الحساب الجارى لابد منها

لدفع مبالغ للمؤلفين والفنانين ورسامى الخرائط ، الخ ، مقدما ، وكذلك بحث السوق المأمول للمشروع فى التخطيطالتفصيلى،وعملية الترويج الاولى(مقدما) التى يقوم بها قسم البيع ، والتكاليف الكثيرة (خصوصا فى حالة السلاسل) التى يتطلبها دفع الثمنمقدما لكميات كبيرة من الورق،ودفع مستحقات الطابعلقاء صفالحروف وعملالرواشم «الكليشيهات» حتى قبل ان تطبع ولو نسخة واحدة ، (وفى حالة السلاسل التى يتعين فيها طبع كل المجلدات فى نفس الوقت) فثمة راسمال ضخم لابد أن يستثمر فى صناعة كاملةللسلسلةبرمتها قبل تسلم روبية واحدة أو قرش واحد أو فلس واحد أو بيزو واحد من دخل البيع .

جدول الحاجات : فى مواجهة المشكلة الكبرى لتمويل مشروع كبير ، فان الناشر يحاول أن يدرس ليس فقط التقدير الاجمالى للنفقات والتقدير الاجمالى للدخل ، وانما أيضا التوقيت اللازم لكل أشواط المشروع بحيث يعرف بصفة عامة متى يتعين عليه دفع الأقساط المطلوبة منه ، ومتى يمكنه أن يتوقع ورود الدخل او العائد المالى من المشروع .

وفى حالة عددكبير من سلاسل الكتب التى يطلق عليها « نصف مستقلة » فقد لا تتطلب الحاجة سوى تمويل المجلدات القليلة الأولى من السلسلة ، اذ قد يتبين للناشر أنه بمجرد أن تبدأ العملية بداية صحيحة ، فان دخل المجلدات السابقة كفيل بتمويل المجلدات اللاحقة .

ولكن هناك مشروعات وخصوصا الكتب الدراسية وكتب المراجع لا يمكن تقسيمها الى أجزاء بهذه الطريقة . ويتعين على الناشر أن يغامر بشجاعة ، بل ويقامر ، ويتعهد بكل الالتزام منذ البداية ، مضحيا بأقساط من رأسماله الخاص العامل ، بل وكثيرا ما يضطر الى اقتراض مال من مستثمرين يثقون به وبمشروعه .

القروض : تحدثنا فى الفصل الثالث عن الحاجة الى نظام من القروض على أساس تجارى لناشرى الكتب اذا أريد أن يبنوا للمستقبل . وهذه الحاجة

واضحة بصفة عامة ، ولكنها أمر بالغ الحرج على الاطلاق فيما يتعلق بالمشروعات الكبرى لتنمية التحرير ،بسبب طول الاجل الذى يستثمر فيه المال قبل أن يأتى بأى عائد أو ربح . وانه لما يجافى العقل وينافى المنطق أن يدفع ناشر الارباح المفروضة على القروض فى السوق المصفق على رأسمال مستثمر فى مشروع ممتد على أجل طويل من السنين ·

العلاقة بين تنمية التحرير وخطط التسويق

بالنسبة لمشروع أى كتاب ، فان المحرر اذا كان حصيفا حكيما لابد ان يسأل دائما : « من سيشترى الكتاب ؟ » هذا بالاضافة الى اعتبار الكيف الادبى ، وانواقه واهتماماته الخاصة وعناصر اخرى لا مناص منها . أما بالنسبة لمشروعات التنمية الكبرى ، على غرار تلك التى ناقشناها فى السياق السابق ، فقد يكون مما يلقى بالمحرر فى التهلكة أن يخطط دون التشاور والمشاركة الكاملة مع زملائه فى قسم البيع ·

عمل الفريق مع البائعين : قد تكون لدى المحرر فكرة مستنيرة عن سلسلة كتب من المأمول أن تروق لجمهور كبير على نطاق واسع ، ولكنه خليق بأن يوصف بالطيش اذا بدأ يبرم العقود مع المؤلفين بكتابة الكتب قبل أن يقوم قسم البيع بدراسة التوزيع الجمعى بأسعار زهيدة ، متبعا احدى الخطط المقترحة فى الفصل الثالث عشر ·

أو قد تكون لدى المحرر خطة مدهشة لمجموعة من كتب القراءة الاضافية للاستعمال فى المدرسة ، ولكن ما لم يتبين قسم البيع كيف يمكن بيع هذه الكتب للمدارس فى الواقع من الامر ، أو للطلاب بناء على تزكية وتوصية المدرسة ، فليس ثمة جدوى من الشروع فى المشروع · وفى الحقيقة فان كل شىء يتعلق بعمل الكتب للاستعمال التربوى بالذات يتطلب تعاونا وثيقا بين المحررين والبائعين وبين دار النشر بصفة عامة ، والسلطات التعليمية فى البلاد ·

كتب طريقة الاشتراك : ثمة طريقة للتسويق لم تتخذ سبيلها على نطاق واسع فى معظم الدول النامية ، ولكنها أثبتت فلاحها وأهميتها على مدى السنين فى

الولايات المتحدة الامريكية وأوربا وأمريكا اللاتينية ، وهى تسمى البيع بالاشتراك • وأكثر ما تستعمل هذه الطريقة فى السلاسل ذات المجلدات المتوالية العديدة ، مثل « دائرة المعارف البريطانية » ، أو « كتاب المعرفة » للصغار • وهذه الطريقة موصوفة فى الفصل الرابع عشر ، ولكن ينبغى ان نذكر فى هذا السياق أن تخطيط التحرير ، وتخطيط التسويق ينبغى أن يعملا يدا مع يد فى تعاون وثيق •

الكتب الجارية ازاء « قائمة ظهر الغلاف »

ولسوف تصادفنا أمثلة أخرى لعمل الفريق التعاونى بين المحررين والبائعين ونحن نجوس خلال صفحات هذا الكتاب ، ولسوف نرى دائما أن عمل الفريق يؤدى وظيفته فى كلا الاتجاهين : فأخصائى البيع ، وخصوصا فيما يتعلق بالكتب التربوية على الأرجح ، يمكن أن يكون من أهم مصادر الأفكار للمحرر . وكل أعضاء الفريق سوف يفكرون دائما ليس فقط فى كمية البيع فى عام النشر ولكن خلال السنوات اللاحقة ، سواء من الطبعة الأصلية أو التى أعيد طبعها •

وقوة « قائمة الظهر » أى امكانية بيع أو رواج الكتب التى طبعت فى السنوات السابقة ، تعتبر احد العناصر الحاسمة المؤثرة فى الربح الموصول للناشر وخدمته المستمرة للصالح العام .

وفى بعض أنواع النشر ، مثل كتب المعرفة العلمية المتضلعة ، فان النشر « لقائمة الظهر » يكاد يكون هو كل المسئولية • (ان دار طباعة جامعة اكسفورد تفاخر بكل زهو بأن طبعتها من الانجيل القبطى بيعت آخر نسخة منها بحيث نفدت الطبعة أخيرا ، بعد مائة وخمسين عاما !) وبالنسبة لأى ناشر فان « قائمة الظهر » هى مفتاح نجاحه خلال الأعوام ، وهى وسام فخار واعتزاز ومورد لدخل موصول .

الفصل الخامس

تحرير المخطوط

للمحرر وظيفتان .. الأولى التى سبق أن شرحناها فى الفصل السابق عن تنمية التحرير ، وهى التماس المخطوطات لكى يحررها ، او السعى فى طلب المؤلفين لكى يكتبوها · اما الوظيفة الثانية ، وهى موضوع هذا الفصل ، فلا تبدأ الا بعد ان يستقر الرأى على نشر المخطوط · وهذه الوظيفة هى تحرير المخطوط واعداده للطابع ·

وعملية اعداد المخطوط للطباع تسمى « تنقيح النسخة » ·· وغرض منقح النسخة هو مساعدة المؤلف على وضع أفكاره فى قالب يتسم بأوضح وانظم وأفعل طريقة مستطاعة ، وان يعد المخطوط اعدادا يترتب عليه تنقيته من كل شائبة بحيث يكون سليما أنيقا ، وبحيث يوضح عليه كل التعليمات اللازمة للطباع مما يخفض التصحيحات الى الحد الادنى الممكن من نفقة المال والوقت .

وهذه طبعاً ، فائدة للناشر الذى يدفع الأجر ، ثم هى فى المدى الطويل ، فائدة محققة لجمهور القراء .

وكما هو الشأن فى كل شىء آخر فى هذا الكتاب ، فان المبادىء العامة تنطبق على أى دار نشر من أى حجم · فثمة دار نشر كبيرة جدا لا يتوافر فيها قسم كامل للتحرير فحسب ، وانما اقسام فرعية متخصصة فى كتب فى ميادين معينة كالعلوم ، والاقتصاد ، وكتب الأطفال .

بيد أن ما نقوله هنا ، صحيح بالنسبة لمحرر واحد فى مؤسسة صغيرة ، بل وبالنسبة لمؤسسة او شركة يقوم فيها فرد واحد بكل الاعمال سواء بسواء.

وبعض الناس يرون ان من الخير ، حتى فى مؤسسة كبرى ان يكون المحرر الذى قام بالمفاوضات السابقة على النشر مع المؤلف ، هو ايضا المنقح الذى يعالج المخطوط فى كل مراحله حتى لحظة النشر · وهذه احدى الحجج المنطقية بالنسبة لمؤسسة نشر صغرى حتى يتسنى المحافظة على العلاقات الشخصية المباشرة من البداية الى النهاية ، بدلا من معالجة المخطوط بطريقة « خط التجميع » المعروفة فى الصناعة ، فى قسم كبير ذى طابع غير شخصى ، بمعنى ان المخطوط ينتقل من يد الى يد طورا بعد طور .

ان العلاقة الشخصية أمر له قيمته وأهميته لدرجة أن رئيس التحرير او مدير المؤسسة أو دار النشر ، حتى فى بعض المؤسسات او الدور الكبرى ، يعمل أحيانا كمحرر منقح لبعض المؤلفين الكبار الذين كتبوا كتبا ساعد هو فى تسيير دفتها فى مرحلة سابقة ·

وفى بعض المؤسسات الكبرى ، يقوم منقح المخطوط بتصحيحه ، ثم بعد ذلك يضطلع شخص آخر يسمى محرر الانتاج بمسئولية المنسق مع الفنانين والطباع ، ويشرف على الانتاج الفعلى بما فى ذلك تجارب الطبع .

على أننا ، بالنسبة لغرضنا فى هذا السياق ، من الأسهل ان نفترض أن المنقح مسئول عن كل أمر يتصل بالتحرير من اللحظة التى تقرر فيها المؤسسة نشر مخطوط ما حتى يسلم الطباع الكتاب فى صورته النهائية .

ولا مراء فى أن ثمة اجماعا على أن ذلك هو أحسن سبيل على أية حال ، وبهذا يكون منقح النسخة هو « الرجل المسئول » من البداية الى النهاية ·

هو العضو المفرد فى هيئة موظفى الناشر الذى يعرف كل شىء عن الكتاب إبان انتاجه ·

وفى اثناء تلك الفترة فهو يمسك بزمام كل العلاقات مع المؤلف ، أو المترجم ، أو الرسام ، أو المصور ، أو الطابع .

تنقيح نسخة المخطوط

من المفروض أن المؤلف أو المترجم يسلم المخطوط فى صورة معدة للطباع. ومنذ بدء تاريخ الطباعة لم يستطع مؤلف أن يفعل ذلك فى الواقع من الأمر . ولا مراء فى أن الناشر الذى يفشل فى اتقان عملية التنقيح وتنقية المخطوط من كل شائبة انما يتسبب فى نفقات اضافية ما كان أغناه عن دفعها ، بالاضافة الى الهبوط بمستوى الكتب ، ومستوى خدمة الجمهور .

ونظرا لان قراء هذا الكتاب ينصب اهتمامهم على النشر بلغات مختلفة مكتوبة بحروف طبع خطية مختلفة ، بل والقراءة نفسها فى اتجاهات مختلفة ، فليس ثمة مسوغ للاطناب فى التفاصيل الخاصة بعمل منقح المخطوط .

وأيا ماكانت اللغة ، فالمحرر المنقح يحاول اعداد المخطوط على نحو بحيث اذا نقله الطابع طبق الأصل بالضبط فأنه بذلك يتطابق مع رغبة المؤلف فى الطريقة التى يود أن يظهر بها كتابه مطبوعا .

وقد يبدو ذلك السبيل ميسورا ، ولكنه فى الواقع من الأمر من أشد الأعمال عسرا فى عملية النشر ، لانه يتضمن آلافا من التفاصيل التى لا يمكن حتى للمؤلف نفسه ، أن يفكر فيها قبل الأوان .

ونقول « حتى المؤلف نفسه » قد يغفل بعض التفاصيل التحريرية ولكن أولى بنا أن نقول « وبخاصة المؤلف » لأن قليلا من المؤلفين من يعتبرون محررين منقحين ممتازين لكتبهم نفسها .

ذلك أنهم يكلفون كلفا شديدا بمغزى ما كتبوا لدرجة أنهم قد يعجزون عن تبين ضروب الخطأ والتناقض فيما كتبوا فعلا .

وبصرف النظر عن حقيقة أن المحرر المنقح الذى يستأجره الناشر يتعلم أن يكون من أهل الخبرة له عين لاقطة فى ملاحظة هذه الأمور ، فهو أيضا يمتاز بميزة ليست عند المؤلف ، وهى أنه يرى عمله بعين جديدة .

ولامراء فى أن الناشر الحكيم خليق بأن يحمد هذا الصنيع اذا كان على ثقه بأن المحرر المنقح انما يريد فحسب أن يزيد افكار المؤلف وضوحا وابانة وصحة، لا أن يقحم أفكاره فيها .

أما الأشياء التى يتعين على المحرر المنقح أن يفعلها فيمكن ايجازها تحت رءوس المسائل الآتية ، والتى سوف نتناولها بالشرح والتحليل تباعا وبحسب ترتيبها الوارد فى هذا الفصل .

١ ـ وضوح الكتابة .

٢ ـ الخلو من التناقض .

٣ ـ القواعد اللغوية .

٤ ـ الأسلوب .

٥ ـ صحة الحقائق .

٦ ـ القانونية (الجواز قانونا) واللياقة (من حيث عدم مجافاة العرف السائد) .

٧ ـ التفاصيل الخاصة بالانتاج .

١ ـ وضوح الكتابة

كل حرف من كل كلمة من المخطوط ينبغى أن يكون ليس فقط ميسور القراءة للطابع ، وانما أيضا واضحا بحيث يكفل السرعة والسهولة فى القراءة حتى يتسنى له أن يركز كليا على عمله الفنى الصعب عند صف الحروف دون أن يشغل باله بما قصد المؤلف أن يكتبه من حيث المعنى .

وثمة دول نامية كثيرة فيها صفافون للحروف (أو جماعون للحروف)، على الرغم من سرعتهم الفائقة فى تميز الجروف المفردة ، الا أنهم يكادون يكونون أميين. ولهذا فان من الاهمية بمكان أن يكون المخطوط واضحا . واذا كان لابد من

اجراء عدد كبير من التصحيحات والمدخلات فى المخطوط ، فينبغى للمحرر المنقح أن يعيد نسخ الصفحات الكثيرة الأخطاء والمدخلات. أو اذا كان المخطوط بخط اليد لسبب أو لآخر أن تعاد كتابته من جديد فى نسخة واضحة نظيفة .

أما اذا كان المخطوط فى حالة ميئوس منها،عند تسلمه أول مرة من المؤلف. فان المحرر المنقح يطلب من المؤلف ان يأخذه ثانية ويعيد تسليمه فى شكل أحسن . وهو ينوه فى هذا الصدد بأن ذلك فى مصلحة المؤلف نفسه (الى جانب أن ذلك شرط من شروط العقد) بسبب عدد الأخطاء التى سوف تنتج عن ذلك اذا اضطر الطباع الى أن يعمل فى مخطوط مختلط كثير الشطب ، تصعب قراءته .

وفى الخطوط التى تستعمل الحروف الرومانية (التركية ، والأندونيسية ، والملايو ، والاسبانية، والبرتغالية، والفرنسية، والانجليزية، والسواحلية واليوروبا ، والاجبو ، والهوسا ، ومعظم لغات الافريقيين جنوبى الصحراء الكبرى) ينبغى أن يطلب من المؤلف أو المترجم أن يكون المخطوط منسوخا بالآلة الكاتبة دائما .

أما فى الخطوط مثل العربية والفارسية ، حيث يستعمل النسخ على الآلة الكاتبة غالبا ، وان لم يكن ذلك دائما ، ففى وسع الناشر أن يدلى بحجتين للمؤلف لتسويغ ضرورة النسخ على الآلة الكاتبة .

(أ) على الرغم من أن خط اليد العربى الجيد أكثر جاذبية وأيسر فى القراءة من المنسوخ بالآلة الكاتبة ، الا أن الكتابة بخط اليد تتفاوت تفاوتا كبيرا . وتجانس وتوحيد وانتظام المنسوخ بالآلة الكاتبة على نسق واحد يساعد الطباع على المزيد من السرعة والسهولة فى العمل .

(ب) بالاستعانة بآلة كاتبة وورق الكربون ، فمن الايسر والارخص عمل نسخة ثانية من المخطوط فى نفس الوقت . وهذه النسخة الثانية فى غاية الأهمية والقيمة ، ليس فقط كتأمين ضد ضياع النسخة الأخرى ، ولكن لفائدتها كمرجع فى متناول يد المؤلف عندما تكون النسخة الأصلية فى يد الطباع . وينطبق

مطلب وضوح الكتابة ، طبعا ، على ملاحظات المحرر المنقح وتعليماته التى يسجلها للطباع فوق المخطوط (انظر القسم السابع من هذا الفصل) بقدر ما ينطبق على كلمات المؤلف فى المخطوط سواء بسواء . ان مسئولية المحرر المنقح الشاملة تقتضى اعداد المخطوط بكل وضوح وجلاء، بحيث أن الطباع دون أن يتوقف ليفكر ، يستطيع أن يتبين ما يريد المؤلف ان يجده فى حروف مطبوعة .

٢ ــ الخلو من التناقض

بعض الناس يتحدثون عن المحرر المنقح على اعتبار أنه «يصحح» المخطوط، وهو فعلا يقوم بتصويب كثير من الأخطاء في الواقع من الأمر ، كما سنرى فيما بعد ·

بيد أن هناك عملا أكبر من ذلك وهو الجهد الذى يبذله فى جعل المخطوط رصينا ، على نحو ما ، فى الاختيار بين الأبدال المتاحة فى التهجى ووضع الفواصل والتنقيط ، وهلم جرا ·

وحتى فى حالة ما يكون هناك هجاءان بديلان لكلمة واحدة ، وكلاهما « صحيح » ، فان ذلك لا يسوغ للمؤلف أن يتذبذب بين الاثنين ، مستعملا هذا مرة ، وذاك مرة فى فصول الكتابة المختلفة .

فهذا التناقض خليق بأن يزعج القارىء جدا ،ثم انه يحدث أثرا مربكا على جامع الحروف ، الأمر الذى يزيد من نفقة الطباعة، لا مناص .

وفى اللغات التى لها معاجم « قواميس » راسخة تتميز بعمومية الشيوع والسريان والقبول ، مثل معجم « قاموس » اكسفورد ولاروس ومريام ويبستر ــ على سبيل المثال لا الحصر ، فان مهمة المحرر اسهل بكثير مما هى الحال فى اللغات المفتقرة الى قواميس بهذا الطابع .

ولكن ، حتى فى اللغات الأوربية ، فان قواميس نفس اللغة قد تختلف بعضها عن البعض الآخر .

والناشرون فى نطاق تلك اللغات ، كثيرا ما يعلنون أن « أسلوب الدار » المطلوب أساسه هذا المعجم « القاموس » أو ذاك ، أو على أساس أحد «كتب الأسلوب» المشهورة لدى الناشرين ، والتى تصدرها بعض دور النشر لكى تباع للجمهور مثل :

Rules for Compositors and Readers at the Oxford University Press, University of Chicago Press Manual of Style, U.S. Government Printing Office Style Manual.

وكما اقترحنا فى الفصل الخاص بالترجمة ، فان من المجدى غالبا ، خصوصا فى حالة الكتب العلمية ، أن يترجم الفهرس اولا ، لتقرير المصطلحات على نحو ثابت من بداية الأمر .

وسواء تقبل منقح المخطوط مرجعا ما من المراجع كدليل أو مرشد يستعين به ، أو اصطنع قواعد خاصة به فى هذا الصدد ، وهو يمضى فى عملية التحرير ، فهو مسئول عن التثبت من أن المخطوط خال من التناقض من أوله لآخره مع ضمان وحدة الهجاء والمصطلحات فى نسق مطرد .

وسنحاول أن نبين فى الفقرات التالية بعض ضروب السياق التى تنشأ فيها مشكلات التناسق أو الاطرادية أو الخلو من التناقض .

ونظرا لوجود اختلافات وفروق شاسعة بين تقاليد وعادات وسنن اللغات المتعددة ، فمن المستحيل أن نضرب أمثلة منها جميعا . ولكن الطبيعة العامة للمشكلات يمكن أن تتضح بأمثلة ايضاحية من اللغة الانجليزية فى تلك الحالات التى نقدم فيها شرحا لهذه الأدلة .

التهجى : ومسألة التهجى ليست مجرد قضية الفروق أو الاختلافات النظامية فى نطاق اللغة الواحدة مثل تهجية كلمة Labour الانجليزية مقابل labor الامريكية ، ولكن بصفة اخص مشكلات الاختلاف فى كتابة الكلمة الواحدة فى حالة صيغة الجمع بطريقتين مختلفتين مثل busses, buses او فى

حالات الحروف الموصولة بآخر الكلمة على غرار Travelling و Traveling, وهلم جرا .

وطبعا ، بالاضافة الى الاختيار بين ابدال الصيغ الصحيحة ، فيتعين على منقح المخطوط أن يصوب اخطاء الهجاء العديدة التى لا يسلم منها معظم المؤلفين ·

نقل اللفظ بحروفه : بصفة خاصة فى عالمنا الحديث الزاخر بتبادل الأفكار والاعلام الثقافى بين مناطق وآفاق تستعمل لغات مختلفة ، فثمة ناحية خاصة من التهجى ، وهى ناحية فى غاية الصعوبة ، تتعلق بنقل اللفظ بحروفه من منسخ لآخر .

وتزداد المشكلة صعوبة عندما يكون نقل اللفظ بحروفه الى لغة أخرى من الانجليزية التى تستعمل طريقة فى الهجاء غير منطقية وفيها شذوذ كثير فى القواعد ، مع اختلافات كبيرة ، فى كثير من الأحيان ، بين صيغ المكتوب والمنطوق .

والمحررون الآسيويون يختلفون فيما بينهم بالنسبة لمسألة هى ينبغى أنيكون نقل الألفاظ بحروفها على أساس نطق الكلمة أو هجائها فى الأصل الانجليزى. ثم ان الافتقار الى المعاجم « القواميس » الجيدة ذات اللغتين مما يجعل المشكلة أكثر صعوبة .

وكل ما فى وسعنا هنا هو أن نشير الى مشكلة نقل اللفظ بحروفه علىاعتبار انها احدى المشكلات الرئيسية فى العلاقات بين الثقافات ، ونحذر المحررين من منقحى المخطوطات فى كلا الشرق والغرب ، على السواء من الأخطار والمزالق التى ينبغى الاحتراس منها ، والى مقدار الجهد المطلوب لبلوغ المطابقة والرصانة والخلو من التناقض ·

وضع الفواصل بين الكلمات : انتنقيح المخطوط، بصفةعامة، فن منالفنون، وليس علما من العلوم المضبوطة أو المختصة .

وهذا القول صحيح ، بصفة خاصة ، فى حالة وضع الفواصل وما يلحق بهذا الفن من دراية وذوق وتذوق . وثمة أنواع من الفواصل تتصل اتصالا مباشرا بقواعد اللغة السليمة ، ولكن المسألة فى مجملها تتعلق بالذوق والأسلوب أكثر مما تتعلق « بالصواب » او « الخطأ » .

ومسئولية منقح المخطوط هى التثبت من أن يكون المخطوط ، ساعة تسليمه للطباع، يحتوى كل الفواصل التى تساعد القارىء على فهم ما أراد المؤلف أن يقوله ، وان تكون الفواصل متطابقة بشكل معقول وفقا لنظام متفق عليه .

الاختزال : كما هو الشأن فى حالة الفواصل ، فان معظم المسائل المتعلقة باختزال الكلمات ليست من قبيل « صواب » و « خطأ » ، وانما مجرد اتفاق على مناسبة هل تستعمل هذه الضروب من الاختزال ام لا ، وعلى اى منها هو الذى يستعمل من بين أبدال كثيرة متاحة . مثلا : هل نستعمل الحرفين الأولين فى الرتبة العسكرية أم تكتب الرتبة العسكرية بحروفها كاملة مقرونة بالاسم . وكذلك الأمر بالقياس الى المقاييس ، هل نكتب الرمز الدال على المقياس أم نكتب الكلمة نفسها (مثل متر أو قدم أو بوصة) . ونفس القاعدة بالنسبة للالقاب العلمية ، هل نقول الدكتور فلان ام د . فلان ، وهلم جرا .

الصيغ المتناوبة أو المتبادلة : ان مشكلة الصيغ المتناوبة او المتبادلة تواجه منقح المخطوط بطرق كثيرة ، سنذكر منها واحدا فقط على سبيل المثال لا الحصر .

هل تستعمل الأسماء الجغرافية فى صيغتها المحلية كما ينطقها أهلها أم فى صيغتها الدولية المتفق عليها ؟

هل تكتب كلمة فلورنسا بهذا الشكل أم تكتب كما يكتبها وينطقها اهلها : فيرنزى ؟

هل تكتب كلمة فلسطين بهذا الشكل أم بطريقة باللستين (Palestine) ؟

وكذلك الأمر بالقياس الى القاهرة وكايرو Cairo وهلم جرا .

الاسلوب الموحد بالنسبة للمادة المساعدة : من ضمن الأعمال الرئيسية التى يؤديها منقح المخطوط خصوصا فى الكتب العلمية والبحوث المتخصصة ، أن يلتزم وحدة النسق فى صيغة عرض المادة المساعدة مثل الجداول والتذييلات والمعادلات الكيماوية والحسابية والاصطلاحات المكتوبة تحت الرسوم التوضيحية أو البيانات الشارحة .

مشكلات اخرى : وثمة عدد آخر فى قائمة أعباء منقح المخطوط وهو يسعى الى جعله رصينا متناسقا خاليا من التناقض متطابقا مع القواعد المتعارف عليها .

ومن حسن حظ المحرر الاسيوى أن بعضا من هذه المشكلات الاضافية لاتنجم فى كثير من اللغات الاسيوية التى تستعمل حروف طبع خطية (أشبه بخط اليد) ليست فيها حروف تاج أو حروف مائلة (فى الطباعة) .

ولكن فى اللغات التى تستعمل الحروف الرومانية والترقيم الرومانى ، فمشكلاتها الكبيرة هى ما يلى :

ا ـ حروف التاج

هل تستعمل حروف التاج فى حالات مثل :

حكومة نيجيريا الفيدرالية بحيث تبدأ كلمة كلمة بحرف التاج فى الانجليزية ، أم تكتب بالحروف العادية ؟

ب ـ الكلمات المركبة

هل تكتب كلمة الكتب الدراسية باللغة الانجليزية كلمة واحدة **textbooks** أم كلمتين بينهما فاصل **text-books** أم كلمتين منفصلتين **text books** ؟

ج ـ تقسيم المقطع

عندما تشطر كلمة فى نهاية سطر من سطور الطباعة لكى تكمل فى السطر التالى .

د ــ استعمال الحروف المائلة فى الطباعة أو وضع خطوط تحت كلمات معينة او كلمات خاصة ضمن عبارات معينة ٠

٣ ــ قواعد اللغة

من ضمن اعمال منقح المخطوط ان يتأكد من صحة قواعد اللغة فى المخطوط عندما يتسلمه الطباع فى النهاية .

على انه ليس من السهل الجزم بما هو صحيح فعلا ولو بالنسبة للغةواحدة، ناهيك عن اللغات الأخرى الكثيرة التى تهم قراء هذا الكتاب .

وعلاوة على مسائل الذوق الشخصى ، فثمة اختلافات تكاد تكون فلسفية بشأن قواعد اللغة فى بعض اللغات ، ثم أن الجنوح الى هذه الاختلافات فى الرأى خليق بأن يكون أعظم بالقياس الى بعض اللغات الآسيوية ، مما هو فى اللغات الأوربية .

وكل ما فى وسعنا أن نقترحه كقاعدة فى هذا الصدد ، هو أن قواعد اللغة التى يتفق عليها الناس عموما ، من أصحاب الذوق السليم فى المثقفين هى ما يريد الناشر فى كتبه .

ولكن ذلك لا يحل المسألة ، طبعا ، لأن منقح المخطوط يتعين عليه أنيقرر كل حالة على حدة، عندما تنجم ، طبقا لأحسن ما يتسنى له من حكم .

ان منقح المخطوط يواجه واحدة من أحدى تحدياته الكبرى عندما ينقى المخطوط من كل شائبة لغوية دون أن يغير أسلوب المؤلف أو الأفكار التى يريد التعبير عنها ٠

٤ ــ الوضوح والأسلوب

ان دقة عمل منقح المخطوط فى معالجة قواعد اللغة ، تعتبر هزيلة ضئيلة اذا قورنت بما يتعين عليه أن يفعله لكى يجعل معنى المؤلف واضحا اذا كان المؤلف لم يفلح فى ذلك بنفسه . فاذا لم يكن ثمة شىء خاطىء فعلا فى عبارة المخطوط ،

فقد يغضب المؤلف ويحنق بسبب اية تغيرات ما لم يشرح له سبب التغيير بكل صبر وأناة .

أما بالنسبة «لاسلوب الكتابة» فان المؤلفين ولهم فى ذلك عذر مفهوم ، أكثر حساسية . ذلك أن المؤلفين، وكثيرا من الناشرين حقا، يجنحون الى الشعور بأن الاسلوب جزء أساسي جدا من عمل المؤلف، بحيث أن المخطوط لاينبغى أن يقبل ما لم يمكن قبول الأسلوب معه سواء بسواء . ويقينا، هذه هى الحال ، طبعا، فى حالة الأدب الابداعى الخلاق ، أكثر مما هى فى حالة كتب المعلومات وما شابه ذلك .

فكتب المعلومات والحقائق ، غالبا ما يكتبها مؤلفون أصحاب معرفة متخصصة بمادة الموضوع فى ميدان معين بالذات ، ولكنهم قلما يكونون كتابا محترفين ، بل وليسوا بالضرورة من ذوى الخبرة فى هذا الصدد .

وفى هذا النوع من الكتب بالذات ، ومع هذا النوع من المؤلفين بالذات ، تتهيأ أوسع فرصة لمنقح المخطوط لكى يساعد المؤلف — والقارىء — بجعل عرض مادة المؤلف أكثر وضوحا وأوفر ابانة دون أن يحيف على النص المكتوب أو ينقصه من أطرافه أو يضيف من لدنه . هنا تتجلى براعة منقح المخطوط فى توضيح ما يحاول المؤلف أن يقوله .

بيد أن منقح المخطوط لابد أن يكون موضع ثقة اذا أريد من المؤلف أن يتقبل التغييرات التى يدخلها فى القواعد او الأسلوب .

وهنا يجب أن يكون منقح المخطوط دبلوماسيا وأستاذا فى اللغة مالكا لزمامها لكى يؤدى هذا الجزء من عمله . والأهم من ذلك كله ، هو الشعور الوجدانى فى صميم فؤاده — وهو شعور سوف يستيقنه المؤلف ويعترف به — بأن مأربه الوحيد هو أن يساعد المؤلف ويشد أزره ويعينه على أن يقول بمزيد من الوضوح ما أراد أن يقوله ذلك المؤلف نفسه اولا وقبل كل شىء .

٥ ــ صحة الحقائق

وهذا أيضا جزء آخر من عمل منقح المخطوط ، من ضمن الأعمال التي يعتبر وضع قواعد لها من أشق الأمور ، فمن الجلى أن المحرر المنقح ليس لديه الوقت الكافى لكى يتثبت من صحة كل حقيقة فى أى كتاب .. ولكنه اذا كان واسع الاطلاع غزير المعرفة ولديه المام طيب بكثير من الموضوعات ، فهو خليق بأن يتصيد الأخطاء ويلاحظ الفجوات ويفطن الى الغلط وهو يقرأ المخطوط .

وهنا يبدو الفرق بين الخبير المحنك وبين الفج الضحل ، فالمحرر الممتاز حقا له « حاسة سادسة » ابداعية خلاقة ، تهديه الى التثبت من العبارات أو الأقوال التى تبدو مريبة أو فيها شبهة .

فاذا قرأ فى مخطوط مثلا ، أن جبل أكونكاجوا فى الأرجنتين ارتفاعه ٢٢٫٨٣٥ مترا ، فهو خليق بأن يتثبت من ذلك اذا كان موفقا لكى يعرف أن جبل ايفرست يقل ارتفاعه عن ٩٠٠٠ متر .. واذا قرأ أى مرجع جغرافى فلسوف يعلم أن ارتفاع جبل أكونكاجوا ٢٢٫٨٣٥ قدما وليس مترا .

او ، اذا كان الموضوع عن اللغات الاسيوية ، وثمة اشارة الى « السودانية » فان معلومات المحرر العامة خليقة بأن تحقق تلك على أنها كلمة أفريقية لا آسيوية ، فاذا ما أمعن فى البحث فلسوف يعلن أن المؤلف انما قصد الاشارة الى « السوندانية » الاندونيسية .

أو اذا قرأ اشارة الى عمل من أعمال الامبراطور جاهانجير فى سنة ١٧٢٠ من الميلاد (حوالى قرن من الزمان تقريبا بعد موت جاهانجير) ، فان ذلك خليق بأن يجعله يقفز ويتثبت مما اذا كانت غلطة المؤلف فى التاريخ أو فى اسم الامبراطور .

والخدمة التى يسديها المحرر فى هذا الصدد ، تكاد تكون لا نهاية لها ، ويجب على المحرر أن يفرض على نفسه قواعد يلتزم بها بشأن المدى الذى يذهب اليه فى

هذا الشوط . فاذا ما ظهر خطأ بعد خطأ فى الحقائق التى يتثبت منها ، فقد يقرر المحرر ولا جناح عليه ، أن يعيد المخطوط الى المؤلف ، أو يعهد به الى متخصص فى مادة الكتاب ليراجعه مراجعة كاملة .

٦ ـ القانونية (الجواز قانونا) واللياقة (من حيث عدم مجافاة العرف السائد)

ان كثيرا من المسائل الخاصة بقانونية ولياقة مخطوط ما ، لابد أن ينظر فى أمرها ويستفتى فى شأنها وتحسم قبل قبول نشر المخطوط .

ولكن المحرر مسئول أمام الناشر عن الانتباه تفصيلا لأى شىء فى المخطوط قد يكون مضادا لقوانين بلاده ، أو مجافيا لسياسة دار النشر وديدنها بالنسبة للآداب العامة أو العرف أو الوقار أو اللياقة .

وليس ثمة ريب فى أن المحرر سيقرر بنفسه عددا من المسائل أو القضايا البسيطة ، التى ليست بذات خطر ، فى هذا الشأن أو بالشورى بينه وبين المؤلف . ولكن فيما يتعلق بالمسائل الرئيسية أو القضايا الكبرى مثل احتمال رفع دعوى قذف أو تشهير من جانب من يمسهم نقد فى المخطوط ، أو فيما يتعلق بتعد جارح ضد المعايير المقبولة للآداب العامة أو العرف السائد ، فهو خليق ، ولا شك ، بأن يأخذ رأى السلطة العليا فى دار النشر .

وليس ثمة ريب ، فى أن المعايير تتفاوت تفاوتا كبيرا ، ليس فقط من أمة لأمة وبلد لبلد ، بل وحتى من فترة لفترة أخرى أو عصر لعصر فى البلد الواحد .

وليس فى الوسع ذكر القواعد التى ينبغى اتباعها لحل المسائل الكبرى ، عموما .

فكل مشكلة أو قضية أو مسألة ينبغى أن يبت فى أمرها على حدة ، وفى حد ذاتها ، فى ضوء كل الظروف القائمة فى الوقت المعين والمكان المعين الذى ينشر فيه الكتاب .

ولا جدال فى أن الضمير ، له أهميته ، كالذكاء سواء بسواء ، فى اتخاذ كل قرار ·

وثمة قسط خاص من عمل منقح المخطوط ، وهو قسط قد يكون أو لا يكون جزءا من المشكلة القانونية ، هو أن يستيقن من أن المؤلف لا يخرق الحقوق الأدبية للمؤلفين أو الناشرين الآخرين .

وسوف نتصدى لهذا الموضوع فى الفصل الثامن عشر .

بيد أنه مما يجدر ذكره فى هذا السياق ، ان عدم عضوية بلد من البلاد فى الاتفاقية الدولية لحقوق النشر والتأليف ، لا تعفى الناشر ، او المحرر الذى يعمل له ، من كل مسئولية ·

فأولا توجد قوانين محلية خاصة بحقوق النشر والتأليف فى بعض البلاد تحول ، على نحو ما ، دون سرقة حقوق الملكية الأدبية المحلية حتى ولو كان البلد لم يوقع اتفاقية تحمى المؤلفين الأجانب وتضمن حماية حقوق مؤلفيها فى الخارج ·

وفضلا عن ذلك ، فانه من المصلحة المشتركة لكل المؤلفين والناشرين كطائفة أن تحترم حقوق الغير ، سواء أكان البلد قد اتخذ سبيله لسن القوانين الرسمية فى هذا المضمار ، أم لم يبلغ هذا الشوط بعد .

٧ ــ التفاصيل الخاصة بالانتاج

على الرغم من أن تفاصيل الانتاج، ليست فى جميع سبلها ، مسئولية منقح المخطوط ، اذا كان ثمة قسم منفصل للانتاج ، الا ان منقح المخطوط لا يزال له عمل هام يتعين عليه الوفاء بتبعته فيما يتعلق بالانتاج .

فمنقح المخطوط ، هو الشخص الذى يتعين عليه أن يتأكد من أن المخطوط كامل مائة فى المائة حقا (وقليل من المخطوطات فى التاريخ كله كانت كذلك عند تسلمها أول الأمر من المؤلف) بما فى ذلك صفحة العنوان ، وفهرس المحتويات ، والمقدمة والتذييلات ، والرسوم الايضاحية ، والبيانات الشارحة والخرائط ،

وعناوين الفصول ، وقائمة المراجع ، وقائمة المصطلحات ، الخ، ثم أخيرا بعد أن يتم صف جميع الملازم ، فهرس الكتاب ككل .

المحرر بصفته المنسق بين عمل المؤلف ، والرسام مصمم الغلاف والطباع ، هو حلقة الاتصال الذى يمثل كلا الناشر والمؤلف فى علاقاتهما مع بقية الأطراف المعنية بالأمر .

ولعل من أهم أعمال المحرر ـ منقح المخطوط ، هى بيان التعليمات اللازمة للطباع بشأن حجم ونوع حروف الطبع ، وطول السطر ، والمسافات بين السطور ، وغيرها من الامور الاخرى المتعلقة بنظام الكتاب ٠

فاذا كان ثمة مصمم تنفيذى للكتاب ، ففى وسعه أن يضطلع بمسئولية بيان هذه المواصفات الخاصة للطباع ، بالتشاور مع محرر المخطوط . ولكن فى أى دار نشر صغيرة ليس عندها مصمم ، بل وربما ليس فيها قسم للانتاج ، فان محرر المخطوط يناقش امور التصميم مع الطباع مباشرة ٠ فاذا ما اتفق معه على خطة ، فانه يضع العلامات اللازمة فى المخطوط التى يرى من الضرورى ان ينبه اليها الطباع ٠

(وعلى سبيل المثال : فان محرر مخطوط هذا الكتاب ، او المصمم بعد مناقشة المحرر ، وضع العلامات اللازمة فى مستهل المخطوط لكى يوضح للطباع نوع وحجم حروف الطبع التى يتعين استعمالها فى المتن ، ثم بعد ذلك أعطى تعليمات خاصة بأوائل السطور وتقريب المسافات بين السطور فى مواضع خاصة مثل القسم المعنون « حروف التاج والكلمات المركبة » الى آخره . وكذلك تصغير حروف الطبع فى التذييلات . وبذلك كان جامع الحروف يعلم من أول الأمر أن فى وسعه أن يستمر فى استعمال حروف الطباعة الأساسية والمسافات المعتادة فى الصفحات فيما عدا هذه المواطن بالذات) ٠

أدوات حرفة منقح المخطوط

ان قليلا من الأدوات المطلوبة فى نشر الكتاب ما هى أشياء مادية ، ذلك أن

الاشياء الهامة حقا هى عقول وخيال وفكر أعضاء هيئة الموظفين. وهذا صحيح بالنسبة للمحررين مثلما هو صحيح بالنسبة لغيرهم فى هذا المجال .

ان ثقافة عامة طيبة ، وتربية واسعةالأفق ، وحب استطلاع فكرى، وشغف علمى ، وحبا للقراءة فى ضروب متنوعة من الموضوعات والالمام بها ، وحاسة لغوية على غرار الحاسة الموسيقية ـــ هى أهم أدوات العتاد المطلوب للمحرر منقح المخطوط .

بيد أنه علاوة على ذلك ، ثمة أشياء قليلة مادية يحتاج اليها المحرر ايضا : أقلام (ومن الأفضل أن تكون ملونة لكى تكون ملاحظات المحرر مميزة بوضوح بالنسبة لكتابة المؤلف أو ملاحظاته) . ومقص ومادة لزق (وليس أى دبابيس أو كلابات لانها خليقة بأن تتفكك أو تنشب فى صفحات اضافية بلا قصد) ، وكذلك خاتمة مرقمة (فى أى دار من دور النشر مهما يكن حجمها) لترقيم الصفحات بالتسلسل من اول المخطوط لآخره .

ويحتاج المحرر أيضا الى طائفة من المراجع للتثبت من هجاء الكلمات ، والحقائق والتواريخ ، الخ .

وسواء أكانت دار النشر كبيرة بحيث تتوافر فيها مكتبة للمراجع أم لا ، فينبغى أن يتزود كل محرر بمعجم « بقاموس » وموسوعة موجزة (ولتكن موسوعة بلغة أجنبية ان لم تكن هناك موسوعة ميسرة بلغته) (*) .

أما مكتبة المراجع العامة اذا وجدت، فهى تشمل عددا من الموسوعات الكبرى العديدة المجلدات بمختلف اللغات ، وعددا من المعاجم « القواميس » المتخصصة ، والاطالس ، وطائفة من المراجع الأساسية اللغوية وغير اللغوية المختلفة الأنواع .

بيد أن المحرر فى وسعه أن ينجز عمله ، على نحو ما ، بأقل ما يمكن من هذه

(*) لا جناح علينا فى هذا السياق من التنويه بالموسوعة العربية الميسرة التى أصبحت أداة طيعة باللغة العربية فى يد الباحث والقارىء والمحرر العربى (المترجم) .

المراجع عند الضرورة ،على ان يستعين بالمكتبة العامة او احدى مكتبات الجامعة بالنسبة للأشياء التى لا يستطيع أن يجدها فى الكتب أو المراجع الموجودة على مكتبه بصفة دائمة .

المنقحون «الخارجيون»

بعض الناشرين يستعينون فى معظم أعمال التنقيح بأناس من خارج دار النشر ، يعملون فى بيوتهم لقاء أجر معلوم .

وهذه الطريقة ، جذابة ، على نحو ما ، بالنسبة للناشر الصغير ، لانها تمكنه من أن يستخدم أشخاصا نوى معرفة متخصصة بمادة المخطوط ، وهى فى نفس الوقت توفر نفقة استخدام محررين برواتب ثابتة . بيد أن هذا النظام لا يخلو من مطعن ، وهو أن يعهد بالمخطوط لشخص عديم الصلة الوثيقة بدار النشر ككل.

ثم ان هذا « الخارجى » عادة ما يكون غير مهنى أو محترف فى المعنى الكامل لعملية النشر .

ولا ريب فى معظم الأحيان على الأقل ، أن المنقح الخارجى عادة مايكون أقل مهارة ودربة بالنسبة للتحرير الاول للمخطوط ، وأقل فائدة أيضا ، للناشر ،عن موظف ثابت دائم فى اشواط التنسيق مع الرسامين والطباعين ، الخ ، كماسبق الذكر .

وفيما يتعلق بأعمال تجارب الطبع ، التى سنتناولها فى الجزء التالى ، فيتعين على الناشر أن يعهد الى شخص آخر بأداء ذلك العمل ، اذا لم يكن منقح المخطوط عضوا ثابتا فى هيئة موظفى دار النشر ذاتها .

وعلى سبيل الموازنة ، فمن الخير ، اذا تسنى للناشر ، أن يكون لديه شخص مسئول عن التحرير فى عقر دار النشر فعلا ، سواء استعان بأشخاص خارجيين أم لا ، لاسباب اقتصادية ، أو استخدم مواهب خاصة فى بعض الأعمال المتعلقة بقراءة المخطوط أو تنظيمه بالعلامات والبيانات اللازمة .

تجارب الطبع

ثمة شخص فى دار النشر ـ وعادة ما يكون محرر المخطوط ـ يتسلم تجربة الطبع غير المصححة فور وصولها من الطباع ، ويرسلها الى المؤلف ، ثم يتسلمها ثانية وعليها تصحيحات المؤلف ، ويفحصها لكى يتأكد من وضوحها وسلامتها ، ويضيف اليها اية ملاحظات من عنده ، ثم بعد ذلك يرسلها ثانية الى الطباع ٠

ولعل من أهم الأسباب الرئيسية للنفقات الاضافية الزائدة التى لا لزوم لها، وهبوط المستويات الطوبوغرافية لطباعة الكتب فى كثير من الدول النامية ، هو عدم اشتراك الناشر فى عملية تجارب الطبع .

والذى يحدث فى أغلب الأحيان ، أن المؤلف يجد نفسه ملقى تحت رحمة الطباع وبين براثنه ، فى حين أن الناشر نفسه لا يفعل أى شىء بتاتا بشأن الكتاب حتى تأتى اليه النسخ جاهزة مطبوعة مغلفة وتصب فى مخزنه أو مستودعه .

وتلك طريقة باهظة النفقة كما أنها تجافى الأصول المرعية للمهنة ، بل انه ليمكن القول بأنها مكروهة مهنيا .

ينبغى أن تكون أصابع الناشر على نبض العمل ، خطوة خطوة ، من أول الشوط الى نهايته بحيث لا تفوته صغيرة ولا كبيرة ، وتكون يده مهيمنة على كل ضوابطها ٠

فاذا سارت الأمور على مايرام ، فمن المفروض أن يكون ثمة تجربتان للطبع فحسب ، يقرؤهما المؤلف ومحرر المخطوط ـ أولا التجربة الأولى فى صحائف طويلة لم ترتب بعد ، فى شكل صحيفة كتاب ، ثم تجربة طبع للصفحة بعد ان يكون الطابع قد صحح التجربة الأولى وقسم الملزمة الى صفحات تحمل أرقاما .

ولكن ، وعلى الأخص فى البلاد التى جنح فيها الطباعون الى اهمال مسئولياتهم فى قراءة تجارب الطبع ، والتى ربما لا يرعى الناشرون أنفسهم ذمة بالنسبة للشكل الذى يرسلون به المخطوطات الى الطباع ، فان مزيدا من مراجعة

تجارب الطبع ، مرة أخرى أو مرتين ، قد يكون لازما ، فى مرحلة الملازم أو مرحلة تجارب الصفحات ٠

ومعظم المؤلفين ليست لديهم دراية بميكانيكيات صناعة الكتاب ، وربما لايفقهون شيئا عن الطريقة التى يجرون بها التصحيحات . وفى وسع محرر المخطوط أن يكون نافعا فىتوجيههم نحو أفضل الطرق الموفرة للجهد والوقت . وهذا مفيد للمؤلف ، كما أنه اقتصاد للناشر . لأنه كلما زاد عدد السطور التى تتطلب تغييرا ، زادت فرصة حدوث أخطاء جديدة تتسلل الى المخطوط .

وحتى ادخال عدد قليل من الكلمات فى بداية فقرة طويلة قد يجعل من اللازم اعادة ترتيب صفوف الحروف بحيث تتزحزح الى الوراء فى الفقرة كلها الى ختامها ٠

بل ان التغييرات فى مرحلة تجارب طبع الصفحات المرقمة أكثر نفقة: اذا نتج عن ادخال كلمات قليلة ، اضافة ولو سطر واحد من الحروف ، فلابد من زحزحة السطور من صفحة الى الصفحة التالية الى ختام الفصل كله .

ونفس الاعتبار ينطبق على حذف بعض الكلمات حيث ان وجود مسافات كبيرة بين الكلمات ، أمر كريه لا يسر العين ولا يريحها ، وقد يتطلب ذلك من جامع الحروف أن يعيد صف أو تنظيم سطور عديدة لكى يوزع هذه المسافات المتخلفة عن نزع بعض الكلمات ، توزيعا مقبولا ٠ (على أن هذه حالة أخرى تمتاز فيها بعض اللغات مثل العربية والفارسية على تلك التى تستعمل الحروف الرومانية ، بسبب تقليد استعمال خطوط الوصل الطويلة بين الحروف اذا لزم الأمر للتخلص من المساحة الزائدة بين الكلمات دون حاجة الى أعادة ترتيب كثير من السطور التالية ٠)

تغييرات المؤلف

ثمة تقليد راسخ ، أصبح من السنن المرعية فى معظم الدول الغربية ، وهو الزام المؤلف بدفع التكاليف اذا تجاوز حدا معقولا من التغييرات أو التعديلات

فى تجارب الطبع نتيجة لتعديل أفكاره أو رغبته فى وضع أفكار جديدة أو آراء طرأت له فيما بعد . أى ان من المفروض أن الطباع يدفع نفقات تصحيح الأخطاء الفعلية التى أحدثها جامع الحروف ، والناشر يدفع مبلغا صغيرا لقاء التغييرات الاضافية التى قد يرغب المؤلف فى ادخالها علاوة على تصحيح أخطاء الطباع ، والمؤلف ملزم ، عادة ، بموجب العقد أن يدفع ثمن أية تغييرات تتجاوز ذلك .

وهذه التغييرات الاضافية التى يسهم المؤلف فى دفع تكلفتها تسمى «تعديلات المؤلف» . وهى مسألة من الممكن ، طبعا ، أن تكون موضع جدل كبير .

وفى الواقع من الأمر ، فان قليلا من الناشرين من يستطيعون تنفيذ قاعدة « تعديلات المؤلف » تنفيذا كاملا ، ولكن القاعدة موجودة لحماية الناشر ، اذا حدث ، كما هو الشأن فى بعض الأحايين ، وانساق المؤلف وراء رغبته فى اعادة كتابة ما كتب وتعديله بعد أن وجد طريقه الى المطبعة ، وتسبب فى زيادة التكلفة الى حد يكاد يصل الى مقدار تكلفة الطبع بادىء ذى بدء .

المهمة الشاقة والتحديات الكبيرة

ان محرر المخطوط ، تناط به أدق الأعمال طرا ، فى مهنة النشر . ان عمله يتطلب الذكاء والمهارة والفراهة والكياسة والدبلوماسية فى أسمى مراتبها .

وهو عمل زاخر بضروب شتى من الكظوم ، وضروب شتى من الثواب والمكافأة سواء بسواء .

ثمة أوقات يخيل فيها للمحرر أن الجميع ضده ـ المؤلف والمصمم ، والطباع وغيرهم ـ حيث انه « الرجل الذى يقف فى الوسط » بين جميع الأطراف المعنية بالامر ، وهو معرض للشد والجذب من كل ناحية . بيد أنه أيضا يتمتع بالشعور بالغبطة لكونه الشخص الأوحد فى الميدان الذى على صلة وثيقة بكل ناحية من نواحى الكتاب المعين بالذات الذى يعمل فيه .

ومن أروع ضروب المكافأة ، ذلك الجزاء الذى يأتى من ميزة أن المحرر هو أوثق الناس صلة ، فى عالم النشر ، بالمؤلف .

وكم من صداقات تاريخية نمت ونشأت وآتت أكلها بين مؤلفين مشهورين وبين محررى مخطوطاتهم ·

وثمة حالات جديرة بالتنويه والذكر رفض فيها مؤلفون أن يعطوا كتبا جديدة لدار نشر مختلفة ، على الرغم من سخاء العروض المقدمة اليهم ، والتى تفوق ماعند دار النشر التى يؤثرونها من حيث الاغراءات المادية ، وحقوق النشر السخية ، لأنهم تشبثوا بالبقاء مع محررين وضعوا فيهم ثقتهم .

ان محرر المخطوط هو آخر من يعالج المخطوط قبل أن يذهب الى الناس الذين سيضعونه فى شكله المادى فى صورة كتاب .

وسوف نتناول عمل هؤلاء الناس فى الفصل التالى ·

الفصل السادس

تصميم الكتاب

فى الفصل السابق ، تحدثنا عن اعداد المخطوط •

فاذا ما تم هذا العمل ، فالخطوة التالية هى الصناعة المادية ، أى تحويل المخطوط الى كتاب • والطباع ، طبعا ، هو الذى يفعل ذلك •

ولكن هناك شخصا آخر ، نادرا ما يخطر ببال الجمهور ، وعمله يأتى قبل ذلك ، ألا وهو المصمم .

ومن ثم ، فسوف نتناول فى هذا الفصل عمل المصمم قبل أن نتصدى لانتاج الكتاب ذاته •

المصمم

تماما ، مثلما يؤثر من يبتغى بناء بيت أن ينشئه على أساس رسوم صممها بنفسه ، بدون معونة مهندس خبير من أهل المهنة ، فكذلك الأمر بالقياس الى كثير من الكتب التى يصنعها الطباعون الذين يعملون كمصممين لأنفسهم دون استئجار خبير فنى متخصص •

ولكن لكل بيت ولكل كتاب مصمم ، من نوع ما ، لا مناص (*) .

وسواء أكان مصمم الكتاب خبيرا فنيا متخصصا أم لا ، فلا مفر من وجود شخص ما فى دار الطباعة ، أو دار النشر تقع على عاتقه مسئولية تقرير الطريقة التى سيصنع بها الكتاب .

(*) عندنا فى الامثال العربية : أعطوا القوس باريها ، و « العيش لخبازه » .(المترجم)

وهذه التفاصيل تشمل حجم الصفحة ، ونوع وحجم حروف الطبع ، وسعة الهوامش ، ووضع حروف الطبع على الصفحة ،والمسافة بين السطور ،وتنظيم عناوين الفصول وأرقام الصفحات ، والتدابير الخاصة بالرسوم الايضاحية والجداول ، ونوع الورق ، ونوع الغلاف من حيث اللون والمادة (ورق أو قماش) وآلاف من التفاصيل الاخرى التى تؤثر فى المظهر المادى للكتاب وتحدد ملامحه ومعالمه ٠

ومعظم دور النشر الكبرى ، التى تصدر عددا كبيرا من الكتب الجديدة كل عام ، وجدت أن من الأوفر لها أن تستخدم مصمما على أساس طول الوقت كعضو فى هيئة موظفى النشر ٠

وطبعا ، ليس ذلك فى وسع الناشرين الصغار ، وهم لذلك اما أن يستخدموا مصممين محترفين من الخارج لقاء أجر معلوم ، بالقطعة الواحدة ، اى كتابا كتابا ، واما أن يستأجروا مصمما يعمل فى أوقات معلومة فى نطاق هيئة الموظفين النظاميين ٠

وفى المؤسسات ذات الرجل الواحد ، فان الناشر يتعلم شيئا عن صناعة الكتاب ابان سير العمل فى أشواطه المتعاقبة ، حتى ولو لم يكن عالما بذلك من قبل ، وفى هذه الحالات فان تصميم الكتاب يتخذ سبيله بطريقة غير رسمية ، عادة ، بين الناشر والطباع ٠

على أن مصمم الكتاب ، قد تكون عنده ، أو لا تكون عنده مواهب فنية اضافية كرسام توضيحى أو خطاط ، أو صانع خرائط ، الخ ، لذا يكون من الأوفر ، طبعا ، للناشر الذى يستخدمه ، من الوجهة الاقتصادية اذا كانت لديه هذه المواهب مجتمعة ٠

وفى الواقع من الأمر ، فان قرار استئجار الشخص الذى اصبح فيما بعد المصمم ، اتخذ فىكثير من دور النشر الصغيرة ، بسبب عمل معين كبير ، كان يتطلب الاستعانة بفنان خارجى لولا ذلك .

وكما أشرنا فى الفصل السابق ، فان محرر المخطوط يعتبر بمثابة منسق لعمل المؤلف والرسام والناشر والطباع . وفى بعض الحالات فقد يتيسر لمحرر فى دار نشر صغيرة أن يثقفه فى مشـــكلات تصـــميم الكتاب ويصبح ، فى الواقع ، « المصمم » الخاص بالناشر .

وفى حالات أخرى فى المؤسسات الصغرى، فان الشخص المسئول عن الشئون التجارية مع الطباعين ، وتجار الورق ، الخ ، قد يصبح متخصصا فى التصميم فى نفس الوقت .

أو قد يكون ثمة عضو آخر من هيئة الموظفين كانت له خبرة سابقة فى مؤسسة للطباعة ، ويريد أن يصبح خبيرا استشاريا فى التصميم للناشر على أساس بعض الوقت .

وأيا ما كان النظام القائم بالنسبة لأعمال هيئة الموظفين ، فمن المحتم تماما أن يكون ثمة شخص واحد فى دار النشر مسئولا عن تصميم الكتاب ، حتى ولو لم يعن ذلك أكثر من المشاورة مع الطباع، للتأكد من الموافقة ، من وجهة نظر الناشر ، على التصميم الذى يقترح الطباع الأخذ به .

على أن الشخص الذى يختار لهذا العمل يجب أن يكون ذا ذوق فنى بالاضافة أيضا الى الالمام الكافى بصناعة الكتاب لكى يفهم ما هو ممكن التنفيذ ماديا .

ومعظم مصممى الكتب المشهورين فى العالم ، كانت لهم صلة مباشرة بالطباعة ــ كهواية لمتعتهم الشخصية وان لم تكن بطريقة مهنية ــ ومعظمهم أيضا لهم موهبة فى رسم الحروف .

بيد أن هذه المواهب الشخصية ليست لازمة ، اذا كان المصمم يعرف كيف يمكنه أن يستخدم مثل هذه المواهب فى غيره من الناس ، لمآربه .

وهدف المصمم هو هندسة الكتاب ، ليس فقط لكى يجعله جميل المنظر يسر من يراه ، ولكن أيضا لكى يجعل الكتاب يعرض أفكار المؤلف والرسام التوضيحى فى أوضح وأبين طريقة ممكنة .

ان أى كتاب يمكن أن يكون عملا فنيا من حيث شكله المادى ، والمصمم يمكن أن يكون فنانا خلاقا فى المعنى الكامل للفنان المبدع ، مثل مصمم معبد أبى سمبل أو تاج محل سواء بسواء . وتماما ، كما هو الشأن فى هذه الأعمال الفنية السامية أو أى عمل فنى آخر ، فان المطلب الأول هو ملاءمة الشكل الفنى للغرض الذى من المفروض أن يحققه ٠ ان الجمال أو الاناقة لن تكون المظهر المناسب لكتيب فى الهندسة ، كما أن « الفخامة » مظهر خاطىء بالنسبة لكتاب من الشعر الانشادى .

ينبغى على المصمم أن يفهم فحوى الكتاب وغرضه قبل أن يقرر الشكل الذى يلبسه اياه ٠

والمصمم الذى يفكر فى الجمال الفنى فى حد ذاته فحسب ، دون النظر فى علاقة ذلك بنوع الكتاب الذى يتصدى له ، انما يبخس المؤلف حقه ، ويؤدى خدمة رديئة للمؤلف والقارىء والناشر أجمعين .

ولكن المصمم يفكر فيما هو أكثر من مجرد المظهر ٠ فاذا أحسن عمله ، فهو خليق بأن يضع نصب عينيه دائما مسألة التكلفة ، ليس فقط من أجل الناشر الذى يستخدمه ، ولكن أيضا من أجل جمهور القراء ٠

فاذا كان محتوى الكتاب له جاذبية طبيعية عند جمهور كبير من القراء ، ولكن المصمم يحدد طريقة للانتاج يترتب عليها أن يكون سعر البيع غاليا جدا بالنسبة للكافة ، فهو بذلك يخون الناشر والقارىء سواء بسواء ٠

ومن جهة أخرى ، كما رأينا فى الاحصاءات الواردة فى الفصل الثالث ، فثمة ضروب من نفقات تصنيع الكتاب لا تزيد بالنسبة لمليون نسخة عنها بالنسبة لنسخة واحدة ، فى حين أن ثمة نفقات أخرى (مثل سعر الورق) تزيد زيادة مطردة مباشرة بالقياس الى النسخة ٠

ان المصمم الحصيف هو الذى يضع دائما نصب عينيه الفرق بين هذين النوعين من التكاليف ٠

وعلى هذا ينبغى أن تكون لدى المصمم حاسة اقتصاديات نشر الكتاب ، بالاضافة الى حاسة التصميم الفنى سواء بسواء · وينبغى له أيضا أن يعرف شيئا عن حجم النسخة التى رسمت خطتها ، وكيف سيباع الكتاب ، وكثيرا من العوامل التجارية الأخرى .

ويجب على المصمم أن يعتبر نفسه عضوا فى فريق النشر ، وأن يسعى لأن يجعل عمله يسهم فى نجاح مشروع نشر الكتاب برمته ·

وليس من شك فى أن ناشرا غنيا جدا فقط ، لا تهمه الأرباح مطلقا ، هوالذى فى وسعه أن يدفع ثمن البذخ المسرف الذى يتطلبه مصمم كتب لا يعنيه سوى لذته الشخصية الفنية البحتة ، دون التفكير فى مصلحة المؤلف والقارىء والناشر ·

وموجز القول فان المصمم ، فى تصميمه لأى كتاب ، انما يحاول أن يوازن فى عقله كل هذه العوامل (وبعضها طبعا تتصادم مع البعض) : ملاءمة التصميم لموضوع الكتاب ، الجاذبية الفنية ، الوضوح والابانة للقارىء ، الاقتصاد من وجهة نظر القارىء والمشترى فى نهاية الامر ، الامكان العلمى من وجهة نظر الطابع . ويالها من مهمة تنوء بها العصبة أولو القوة .

فلا عجب أن نفرا من مصممى الكتب الكبار فى العالم الحديث ، طبقت شهرتهم الافاق ونالوا كل تمجيد وتكريم وحظوا بالاحترام والتشريف ، فى مهنة نشر الكتب ، وبين خبراء فنون الرسم والتصوير والكتابة ، أكثر من رؤساء دور النشر أو مديرى مؤسسات الطباعة التى يعملون لها ·

ولا جناح علينا من القول بأن من المستحيل ، طبعا ، فى هذا الكتاب الذى يعالج بايجاز كل النواحى الرئيسية لنشر الكتاب ، أن نقدم وصفا كاملا لعمل المصمم ، ناهيك عن التصدى لمسألة توجيهه بالنسبة لكيفية أدائها ·

ولكننا سنمس مسا خفيفا بعض المشكلات الرئيسية التى يتعين على المصمم أن يعالجها ، فيما يلى :

تقدير حجم الكتاب

ان الخطوة العملية الاولى فى تصميم الكتاب هى معرفة مدى حجمه بالنسبة للهدف المنشود · وهذا أمر شبيه بالاسئلة الاولى التى يطرحها مهندس معمارى على أحد زبائنه ، كم عدد الغرف التى تريدها فى البيت ؟ ما حجم كل غرفة من حيث الطول والعرض والارتفاع ؟ وهلم جرا .

وعندما يعرف المهندس هذه المطالب الحتمية ، ففى وسعه أن يفكر فى التصميمات المتعددة ذات الجاذبيات المختلفة ومستويات التكاليف المختلفة فى كل حالة على حدة ·

وكذلك الأمر فى حالة الكتاب ، فان المصمم يريد أن يعرف أولا المطالب الحتمية بالنسبة لعدد الحروف فى المخطوط ، ثم بعد ذلك يستطيع النظر فى أمر التصميمات المختلفة ، هل يستعمل بنطا صغيرا أم كبيرا ، صفحات صغيرة أم كبيرة ، هوامش ضيقة أم واسعة ، مسافات بين السطور بعيدة أم قريبة ، وهكذا ·

وأحدى طرق تقدير ذلك هو عد الكلمات فى المخطوط ، ولكنها طريقة مبددة للوقت وليست مضمونة الصحة على أية حال ·

ان متوسط عدد الحروف بالكلمة يتفاوت تفاوتا كبيرا فى الكتابة عن الموضوعات المختلفة وبين مختلف الكتاب الذين يستعملون أساليب مختلفة ، حتى عندما يكتبون عن نفس الموضوع ·

وابسط طرق تقدير الحجم هو اختيار صفحة تبدو وكأنها تمثل ، عموما ، المتوسط تقريبا ، للمخطوط برمته ، ثم حساب عدد (الحروف والمسافات) على تلك الصفحة ، ثم ضرب العدد فى عدد صفحات المخطوط ·

وهذا النوع من العد ، أسهل طبعا اذا كان المخطوط منسوخا بالآلة الكاتبة .

ولكن كثيرا من المخطوطات المكتوبة بخط اليد يمكن أن تعامل بنفس الطريقة ، خصوصا فى اللغات الاسيوية حيث يسود تقليد حسن وجمال واناقة اليد .

فاذا كان ثمة تفاوت كبير ، فمن الممكن عادة اختيار ما يمكنك أن تسميه صفحة نمطية ، ثم بعد ذلك تتصفح صفحات المخطوط تباعا ، وتحدد لكل منها مقدارا على أساس نسبة مئوية بطريقة الكسور بالقياس الى الصفحة النمطية ٠

وعلى أية حال ، فالمصمم يبدأ بعد الحروف مبينا عدد الحروف والمسافات فى المخطوط ٠

ثم بعد ذلك ، مستعينا بجداول وقوائم جمعها من قبل أو يستطيع الحصول عليها مطبوعة وعليها معظم الأشكال الرئيسية لحروف الطباعة فى العالم،فانه يعرف كم من الحروف سوف تتضمنها صفحة واحدة من كتاب مطبوع وفقا للتصميم الذى يريد استعماله ٠

وبقسمة هذا العدد على عدد حروف المخطوط ككل ، يتضح له كم عدد الصفحات المطلوبة فى الكتاب المطبوع بالنسبة للمخطوط الأساسى .

ثم يضيف الى ذلك نسبة معينةلأى رسومأو ايضاحات أو بيانات أو جداول، وصفحة العنوان وغيرها من الصفحات اللازمة فى صدر الكتاب ، والفهرس ، وغيرها من الصفحات المراد الحاقها بآخر الكتاب ، الخ ٠ وكذلك انصاف الصفحات الخالية التى لا مفر من خسارتها فى المتوسط ، فى نهاية الفصول ٠

ونحن نهتم كل هذا الاهتمام بمسألة تقدير الحجم لأنها مسألة أساسية جدا بالنسبة لكل شىء آخر فى التنفيذ المادى للكتاب ، ليس فقط المعنى الفنى ، ولكن بالنسبة للاقتصاد والعمل التجارى أيضا ٠

ان سعر جمع الحروف وصفها يتوقف الى أكبر حد على عدد الحروف والمسافات ، وهو لا يختلف اختلافا بينا ، سواء أكان البنط الصغير مستعملا فى عدد صغير من الصفحات أم البنط الكبير مستعملا فى عدد كبير من الصفحات ٠

بيد أن ثمن تكاليف الورق ، وأعمال الطباعة (عمل المطبعة فى وضع الحبر على الورق) تكاد ترتبط ارتباطا مباشرا بعدد الصفحات : على سبيل المثال أعمال الطباعة والورق لكتاب عدد صفحاته ٣٢٠ ، عادة يتكلف تماما ضعف تكلفة كتاب عدد صفحاته ١٦٠ ٠

عمل التصميم الاساسى

اذا فكرنا فقط فى الجاذبية والموافقة بالنسبة للقارىء ، فان المصمم قد يصمم كتابا معينا بطريقة تتطلب ٣٢٠ صفحة ، ولكن اذا فكرنا فى الاقتصاد وسعر البيع المنخفض ، فقد يرى أنه باستعمال بنط أصغر ، وسطور أطول ومسافات أقل بين السطور ، فان فى وسعه أن يضغط كل شىء فى حيز ١٦٠ صفحة · بيد أنه فى نفس الوقت يدرك أن حشو كل شىءالى درجة الكظة فى حيز قليلانما هو ضرب من الاقتصاد الزائف ، ومن ثم فهو قمين بأن ينتهى الى حل وسط بيّن هذين الرأيين المتطرفين ·

على أن أعظم عطية يهديها المصمم للجمهور هى عندما يتخذ سبيلا ، بكل براعة وحذق ، يهديه الى عرض واضح جذاب سلس القراءة لمادة الكتاب بأقل كلفة ممكنة للناشر ، ومن ثم ، فى المدى الطويل ، بأقل سعر ممكن لمشترى الكتاب أيضا .

وتصميم الكتاب عملية متكاملة ، ولا يمكن اعتبار أى جزء واحد منها ، قائما بذاته ·

ولقد اعتدنا مثلا ، قراءة حروف طباعة صغيرة جدا فى الصحف اليومية ، ونحن نقرؤها بسهولة لأن السطور قصيرة ، ولكن حروف طباعة من نفس الحجم فى صفحة كتاب من القطع المتوسط ، خليقة بأن تبدو وكأنها لا تكاد تقرأ .

ومن ثم فان مصمم الكتاب لا يفكر أبدا فى حجم حروف الطبع بحد ذاتها وانما دائما ، مرتبطة بعوامل أخرى . والأجزاء الأربعة التى يتألف منها تقرير نموذج الطباعة : نوع الحرف ، حجم الحرف ، طول السطر ، المسافة بين السطور ، لها تأثير فى قرار آخر له أهميته وخطره ، ألا وهو تصميم الصفحة المطبوعة ·

وهذا يتضمن تحديد سعة الهوامش فى أعلى وأسفل وجانبى الصفحة ووضع أرقام الصفحات (اذا استعملت) و « الرءوس الجارية » على حد تعبير أهل المهنة ، وهى وضع عنوان الفصل على كل صفحة ·

العمـــل الفنى

اذا كان بالكتاب رسوم توضيحية أو خرائط أو جداول أو قوائم ، فان ذلك يفرض على المصمم سلسلة كاملة من المشكلات الاضافية .

وقد لا تتطلب الجداول الا تعليمات لجامع الحروف بالنسبة للبنط وكيفية تنظيمه ·

واذا كان المخطوط مزودا فعلا بالرسوم التوضيحية التى قرر الناشر استعمالها ، فقد تقتصر القرارات على طريقةالطبع والوضع فى الكتاب ، كما سنبين ذلك فى السياق اللاحق ·

ولكن، كما يحدث غالبا، اذا كان ثمةرسوم أو خرائط لابد مناعدادها — أو اعادة عملها لانها لم تكن متقنة بشكلها الراهن — فان المصمم يجد نفسه مضطرا لاداء عمل اضافى ، وهو استئجار فنانين ، ما لم تكن مواهبه من المقدرة بحيث يتسنى له أن يؤدى العمل بنفسه ·

وعلى أية حال فلزام عليه أن يشرف على تنفيذ هذا العمل الفنى لكىيجعله يتوافق مع خطته لبقية الكتاب ·

صفحة العنوان ورسم الغلاف

لعل أهم جزء من تصميم الكتاب يحظى بأوفى قسط من اهتمام وشغف معظم المصممين . ويستدعى مواهبهم الخلاقة الى أعظم درجة ، هو ما يســـمى « وحدات العرض » مثل صفحة العنوان ، ورسم الغلاف ، والصفحة الاولى فى مستهل كل فصل من فصول الكتاب .

ورسم الغلاف ، وجزء من صفحة العنوان ، على الاقل ، قد تتضمن كتابة باليد أو بنطا غير عادى لا يستعمل عادة فى المتن الرئيسى للكتاب ·

فمثلا ، مصمم حديث لكتاب فى اللغة الانجليزية قد يستعمل حروفا على أساس الشكل الاليزابيثى الذى لا يستعمل ابدا اليوم بالطريقة المعتادة .

او قد يستعمل مصمم عربى الخط الكوفى على سبيل العرض الجمالى، أو قد يستعمل أحد المصممين الافريقيين الحروف المزينة التى توحى بالفن الشعبى الافريقى . او قد يصطنع مصمم آسيوى اقتباسا جديدا من أشكال قديمة من السانسكريتية أو البالى ، أو قد يفيد ناشر من أمريكا اللاتينية من الرسوم الخاصة بفن الانكا أو فن الازتك ·

بيد انه ليس من الضرورى اللجوء دائما الى مثل هذه الموارد غير المعتادة ، بل انها لتكون أحيانا ضارة اذا ادت الى التضحية بالعرض الواضح فى سبيل نزوة المصمم ·

ان مطلب العرض الاخاذ المناسب ، يمكن أن يلبى على يد مصمم قدير باستعمال حروف طباعة عادية أو كتابة عادية بطريقة جذابة ومبتكرة ·

ان التحدى فى تصميم غلاف كتاب (سواء أكان غلافا ورقيا مطبوعا ، أم غطاء مطبوعا ــ يسمى « رداء » يغلق به التجليد النسيجى للكتاب) هو خلق عمل فنى يجمع بين الذوق الفنى واليسر الاقتصادى سواء بسواء · والمحك الاقتصادى لتصميم غلاف ليس مجرد ثمن طبعه وانما فعاليته « كمروج » للكتاب .

ومهما يبلغ خط غلاف اى كتب من التصميم الفنى كعمل فنى فى حد ذاته ، فهو خليق بألا يناسب الكتاب ما لم ينطق على الفور بماهية الكتاب ، وما لم يجعلك تريد التقاطه عندما تراه معروضا فى محل بيع الكتب .

وينبغى ان تكون كل الكتب قادرة على بيع نفسها بنفسها فى هذا المعنى ، ولكن ذلك هام على الاخص بالنسبة لكتب الانتاج الكبير ، لانها معروضة للبيع فى أماكن كثيرة غير محال بيع الكتب ، ولا يصاحبها موظفون يتحدثون عنها .

ان تصميم الغلاف ، من الممكن ان يكون أهم عنصر فى تقرير مستقبل نجاح كتاب ما فى التوزيع الجمعى على أوسع نطاق متاح .

اختيار العتاد والمواد

ان مشكلة المصمم فىاختيار العتادوالمواد تختلف باختلاف البلد الذى يعمل فيه . ففى بلد زاخر بمؤسسات الطباعة ، وعنده أنواعمختلفة منالعتاد ، ومن الميسور له الحصول على أى نوع مرغوب من الورق أو غيره من مواد صناعة الكتاب ، فان مشكلة المصمم فى الاختيار تختلف تماما عن مشكلته فى بلد لا تتوافر فيه المواد بسخاء أو بوفرة .

ففى هذه الحالة ، مثلا ، فىدولةاوروبية ، فان المصمم يقرر ، فحسب،احسن المطلوب للكتاب ، ويدون هذه المواصفات المعينة ، وهو يعلم أن طابعا ما ، أو صاحب محل للمواد ، فى وسعه أن يزوده بما يريد . ولكن فى بلد يعانى من نقص فى هذه المواد أولا تتوافر فيهلسبب ما كما هو الشأن طبعا فىكثيرمن الدول النامية ـ يكون الامر على العكس . فالمصمميعرف أو يستطيع أنيعرف بسهولة ما هو موجود ، وفى حدود ذلك ، يقتصر فى اختياره على تلك الامكانات .

وثمة عناصر أخرى ، طبعا ، للاختيار ، تتعلق بكيف المهارة العملية للطباع ، ونزاهته ، وأخلاصه فى المحافظة علىالمواعيد ــ وطبعا الأسعارالتى يطلبها.

وثمة عوامل اقتصادية أخرى مثل مقدار المبلغ الفورى الذى يحتاج اليه الطباع مقدما ، وهل يقبل تخفيض أجر الاستيداع بالنسبة للناشر ، بجعل التخزين مجانا بالنسبة لبعض كميات الكتب بعد طبعها ، وهلم جرا .

صحيح أن بعض هذه المسائل لا تعنى المصمم بصفة مباشرة ، ولكنها كلها لها اهميتها عند دار النشر ككل ، ومن ثم فان رغبات المصمم قد تضطر الىالخضوع لاعتبارات أخرى . فمثلا قد يفكر المصمم فى عملية طباعة معينة ، العتاد الوحيد المناسب لها فى البلد هو دار للطبع يملكها طباع حظه ضئيل من النزاهة فى العمل لدرجة أن الناشر قرر أنه لا يستطيع أن يعمل معه

فى هذه الحالة يتعين على المصمم أن يصمم الكتاب بطريقة أخرى .

وكذلك ، قد يكون المصمم ارتأى استعمال نوع معين من الورق من المعروف أنه موجود فى البلد ، ولكن صاحب ذلك الورق ، منتهزا فرصة احتكاره ، يحاول استغلال الموقف ويتعنت مع الناشر بطلب أسعار غير معقولة ٠

فى هذه الحالة ، يتعين على المصمم أن يعدل فكرته مراعاة لمقتضى الحال ٠
لهذه الأسباب فان عمل المصمم أصعب بكثير فى الدول النامية ، مما هو فى الدول ذات الوفرة فى العتاد والمواد . ولكن هذه الصعوبة ، ولهذا السبب بالذات ، تفرض على عمله مزيدا من التحدى والمناهضة ، وهى قمينة بأن تكون أكثر ارضاء وأوفى غبطة لمن يفلح فى احراز أحسن النتائج بأقل الامكانات .

ان عمل كتاب جميل عملى ، على الرغم من ضيق مجال الاختيار بالنسبة لعمليات الطبع والمواد ، انما هو انجاز أعظم مما لو كان كل شىء مرغوب أو مطلوب ، موجودا حالا ومباشرة .

على أنه فى وسع المصمم أن يسهم اسهاما عظيما ، ليس فقط فى مستقبل عمله الذاتى ، ولكن أيضا فى النهوض بالمستويات الخاصة بفنون الرسم والتصوير والكتابة والزخرفة فى بلده ، بالتشاور الدائم مع رئيس دار النشر التى يعمل معها ، ومع الطباعين وبائعى المواد الذين يتعامل معهم ، بشأن التحسينات المرجوة للمستقبل ٠

ان الطباع الذى يعرج على عتاد عتيق ، قد يمكن اقناعه بالتجديد وادخال الأجهزة الحديثة على النحو المفيد للناشرين ، اذا عرف أن نتيجة ذلك هو رواج فى عمله ومزيد فى انتاجه ٠

وكذلك الأمر بالقياس الى تاجر الورق ، فهو خليق بأن يزود بضاعته بأنواع من الورق أكثر مناسبة لوجهة نظر الناشر اذا عرف أن ثمة سوقا لبضاعته .

وسنعود فى الفصل التالى الى مسألة عمليات الطبع والمواد ٠ ولكن من المجدى فى هذا السياق أن نذكر بعض الطرق التى ترتبط بها تلك المسائل بعمل المصمم ٠

عمليات الطباعة

ان ضروب الاختيار التى يتعين على المصمم البت فيها تشمل :

نوع الصف : أى جمع الحروف فى الطباعة ٠

نوع الطبع : أى وضع الحبر على الورق .

نوع الورق ٠

نوع التجليد ٠

وسوف نتناول هذه الأمور بمزيد من التفصيل فى الفصل التالى . فأما القارىء الذى لم يسبق له الالمام بعمليات الطباعة ، فينبغى ألا ينزعج اذا لم يفهم ، فى هذا السياق الراهن الفروق والاختلافات بين العمليات ٠

والنقطة الهامة هى أن المصمم عليه أن يختار من بين أبدال متاحة فى كل مسألة على حدة ، وأن يبت فى هذا الاختيار فى كل كتاب على حدة ، وهذا أمر يتوقف على المشكلات العملية التى يفرضها كل كتاب على حدة ٠

الصف (جمع الحروف فى الطباعة) : ان الاختيار الذى يؤثر فى المرحلة الأولى من عملية الطبع هى طريقة صف الحروف أو تنظيم الحروف المزمع طبعها ٠

ويمكن استعمال احدى الطرق الالية أوالفوتوغرافية أو اليدوية أو (فى حالة الطبع بطريقة الاوفست) (*) بالنسخ على الآلة الكاتبة أو برسم الكلمات بخط اليد ٠

ونوع المادة فى الكتاب يحدث فرقا كبيرا فى هذا القرار . فمثلا ، بالنسبة للطرق الآلية ، فان طريقة اللينوتيب أو الأنترتيب تعتبر أرخص لمادة القراءة المستقيمة ، من المونوتيب ، ولكن فى حالة أنواع خاصة من الانشاء (مثلا اذا

(*) offset وهى طريقة البارز الرادة المعروفة عند الصناع سد رد . (المترجم)

كان ثمة كلمات من حروف طبع خطية مختلفة، ولتكن الانجليزية واللسان الهندى موجودة على نفس السطر ، أو اذا كان بالكتاب معادلات كيموية أو جداول كثيرة او فى حالة الاستعمال الكامل للحروف المتحركة فى اللغة العربية) فـان المونوتيب خليق بأن يكون أرخص وكذلك أحسن .

والصف بطريقة جمع الحروف باليد قد يكون أفضل اقتصاديا فى المراحل النامية من تطور صناعة الطباعة ، كما هو مقترح فى الفصل التالى ، ولكن بالاضافة الى ذلك فثمة ممكنات للتحسين والتجويد فى طريقة الصف باليد لم تبلغ بعد ، وفى كثير من الحروف الخطية وكذلك فى طريقة الجمع الآلى .

ومن الحكمة بالنسبة للكتل التى تطبع بكميات قليلة وبأسعار منخفضة، فى البلاد التى توجد بها أشكال رخيصة من الطباعة بالاوفست ، أن يتجه التفكير الى الانشاء بالنسخ على الآلة الكاتبة أو بخط اليد دون استعمال حروف الطباعة بتاتا ، بالنسبة لأنواع كثيرة من الكتب .

وبهذه المناسبة ، فان المصمم الذكى لا يتردد فى الجمع بين أكثر من طريقة اذا كان ثمة سبب وجيه يدعو الى ذلك .

فاذا كان الكتاب يحتوى عددا قليلا من المعادلات ، فقد يقرر انشاء معظم المتن باللينوتيب ولكنه يستعمل الخط اليدوى أو المونوتيب للمعادلات .

الطبع (وضع الحبر على الورق)(*) : اذا كان الكتاب خاليا من الرسوم التوضيحية فان طريقة الطبع ــ وضع الحبر على الورق ــ يمكن ان تقرر على الاساس البسيط للكلفة والجودة والعتاد الموجود .

(*) كلمة الطباعة لها معنيان : فالناس الذين هم خارج صناعة الكتب يستعملونها لتعنى كل عملية الانشاء ووضع الحبر على الورق والتجليد ، ولكن فى كثير من الدول فان أهل المهنة يستعملون كلمة الطباعة لكى تعنى عملية الطبع فقط ، أى وضع الحبر على الورق . وفى هذا الكتاب نحن نقول عادة عملية الطبع فى هذا المعنى الاخير المحدود ، فى حين نستعمل «الطباعة» عندما نشير الى صناعة الطباعة كـكل .

وكما هو موضح فى الفصل التالى ، فان حجم الطبعة (عدد النسخ التى تطبع) قد يكون هاما فى اتخاذ القرار بالنسبة للطريقة ونوع العتاد الذى يستخدم . ولكن اذا كان ثمة رسوم ايضاحية فى الكتاب ، فعندئذ يلزم تخطيط دقيق بالنسبة لطريقة الطبع ونوع الورق ٠

وفى هذا الأمر بالذات — عندما يعالج المصمم الرسوم الايضاحية ، فانه من المرجح جدا أن يجنح الى الجمع بين اكثر من طريقة فى الطبع . فقد يستعمل احسن وارخص شكل من أشكال الطبع بالنسبة للمتن ذاته ، ولكنه يستعمل طريقة اخرى اغلى ولكنها أحسن بكثير للرسوم الايضاحية — للطبع المنفصل لهذه الرسوم ٠

وكما تتضمن هذه العبارة الأخيرة فان وضع الرسوم الايضاحية فى الكتاب لابد أن يتقرر كجزء منمسألة اى نوع من الطبع يستعمل. فاذا كان منالمناسب جمع كل الرسوم الايضاحية أو البيانات التوضيحية فى طائفة قليلة من الأقسام ، أو وضع صفحات منفصلة منها بين صفحات المتن ، فعندئذ منالممكن طباعة الرسوم التوضيحية منفصلة ٠ ولكن اذا كان من اللازم نثر الرسوم التوضيحية أو ما شاكلها خلال الكتاب برمته على صفحات المتن نفسها ،اذن فلابد من اتخاذ قرار آخر ٠

وثمة جزء آخر من مشكلة الطبع وهو مسألة الالوان الاضافية ، الى جانب اللون الاسود فى الطباعة ٠

وهنا أيضا ، يوازن المصمم الرأى : هل من الممكن ترتيب الصفحات بحيث تنحصر الألوان الاضافية فى بعض الصفحات ، ومن ثم فلا يتحتم وضع كل الملازم فى المطبعة مرات اضافية ٠

وفى البلاد المزودة بمطابع قادرة على طبع لونين أو اكثر مرة واحدة ، فان استعمال مثل هذا العتاد لابد أن يطرأ ، بطبيعة الحال، على ذهن المصمم، اذا كانت الطبعة الواحدة من الكتاب ذات عدد كبير من النسخ يسوغ استعماله ٠

الورق : ان اختيار الورق يتوقف جزئيا على طريقة الطبع التى استقر الرأى عليها ·

وبصرف النظر عن مسائل جودة الورق من حيث الكيف ، فثمة أنواع من الورق تناسب بعض أنواع من الطبع ولا تناسب انواعا أخرى ، كما سنبين ذلك فى الفصل التالى ·

بيد أنه مما يستحق الذكر هنا ، أنه لا عذر لمصمم أن يضع خطة كتاب على أساس نوع معين من الطبع ما لم يتأكد أن الورق اللازم لذلك النوع المعين من الطبع موجود بالتأكيد ·

وفى وسع الناشرين أن يشجعوا تجار الورق على تخزين أنواع معينة من الورق سوف تلزم لكتبهم · أو ، كما سنذكر فيما بعد ، قد يكون من السداد والصواب أن يشترى الناشرون مباشرة من صناع الورق الذى يستطيعون صناعته حسب الطلب · فاذا آثروا ذلك ، فان المصمم القادر على تخطيط برنامجه مقدما ، يستطيع أنيتخذ التدابير لدار النشر التى يعمل لها لكى تحصل على مؤونة أو حصة من الورق من نفس النوع بالضبط المطلوب للكتب الاتية فى المستقبل القريب .

التجليد : ان المسألة الرئيسية بالنسبة للتجليد ــ وهل يكون الغلاف من القماش أم الورق ــ يبت فيها عادة على أسس تجارية · والمصمم يتبع أى الطريقتين التى يبت فى أمرها لأسباب خاصة بكلفة الصناعة ، وسعر البيع وما شابه ذلك .

فاذا تقرر أن يجلد الكتاب بالقماش ، واذا كان المصمم يعمل فى بلد فيها مجال للاختيار من ابدال متاحة ، فان أمامه عددا من القرارات التى يتخذها . وهذه القرارات تشمل اختيار القماش وتحديد لون ونوع الحبر أو التفريغ الزخرفى الورقى ، وسمعة وسمك كرتون التجليد ، ونوع الغراء أو غيره من مواد اللصق المراد استعمالها وكيفية حياكة الكتاب ، وأى نوع من السند الذى يمسك بالكتاب فى التجليد وغيرها وغيرها من التفاصيل .

وفى بعض البلاد النامية طبعا ، فان هذه الأنواع من الاختيار ليست متاحة للمصمم ، وانما يأخذ فحسب ، أحسن ما عند الطباع • ولكن حتى فى ظل تلك الظروف ، فان انتباه المصمم وعنايته بكيفية أداء العمل ، خليقة بأن تحدثفرقا كبيرا فى مظهر الكتاب وشكله فى نهاية المطاف •

فاذا تقرر أن يكون للكتاب غلاف ورقى ، وعلى الأخص اذا كان الكتاب للتوزيع الجمعى الكبير بحيث يكون السعر المنخفض والتجليد المتين والمظهر الجـذاب كلها هامة ، فان المصمم يعطى اهتماما دقيقا بعملية التجليد الأساسية .

وانه لمن الخسارة والكلفة التى لا لزوم لها ، أن تستعمل نفس طريقة التجليد الرخيص نسبيا للكتب ذات الغلاف الورقى ، ولطبع ولصق المجلد .

وانه لمن الخسارة والكلفة التى لا لزوم لها،أن تستعمل نفس طريقة التجليد التى تستعمل مع كتاب بغلاف من القماش ، لكتاب بغلاف من الورق •

وفى السنوات الأخيرة نشأ عدد من طرق التجليد الفعالة التى تمثل حـلا وسطا بين الكلفة الغالية للتجليد النمطى بالقماش وبين التجليد بالورق الذى لا يتحمل طويلا .

وهذه الطرق جذابة بصفة خاصة لانواع معينة من الكتب مثـل الكتب الدراسية التى ينبغى أن تكون أثمانها زهيدة ، ومع ذلك ، بسبب محنة كثرة التداول والاستعمال التى تلاقيها على يد الطلاب ، تحتاج الى غلاف أمتن من الغلاف الورقى الهش الذى سرعان ما يعتوره العطب •

نحو تصميم أحسن

من بين الأمور التى فى وسع المصمم أن يؤديها لكى يحسن عمله ويرفع مستواه ، ثمة أمران على أعظم جانب من الأهمية :

أ ـ أن يلم بكل شىء ، ما استطاع الى ذلك سبيلا ، عن عمليات الطباعة

وخصوصا الطرائق الجديدة التى يدخلها الطباعون المحليون ، دون أن يتحتم عليه بالضرورة معرفة كل الطرق التى يمكن بها استعمالها فى انتاج الكتب ·

ب ـ أن يلاحظ نماذج وأمثلة من فنون الرسم والتصوير من مصادر كثيرة بقدر الامكان يستقى منها مددا وخبرة ودراية متعددة الروافد ·

أما المصممون كطائفة ، أو أهل مهنة صناعة الكتب فى بلد من البلاد ، ففى وسعهم أن يسهموا فى تحسين التصميم عن طريق الدراسة المشتركة المتعاونة للمشكلات العامة ، وعن طريق التقدير العام لضروب التصميم الجيدة أو الاستعمالات المبتكرة البارعة لعمليات الطباعة ·

وحتى اذا لم يكن عدد كاف من مصممى الكتب فى بلد معين ، ممن يعملون على أساس طول الوقت ، بحيث يسوغون ايجاد اتحاد مهنى ، فلا يزال من الممكن تنظيم جماعات غير رسمية للدراسة المشتركة للمشكلات التى تعنيهم ·

ومهما تكن صناعة الكتب فى أى بلد بعيدة من التطور أو النمو الكامل المرغوب فيه ، فلا يعتبر أبدا من قبيل قبل الاوان بدء خطة اقامة معارض سنوية ومنح جوائز سنوية لأحسن الكتب المنتجة .

وفى أمريكا فان عمل المعهد الأمريكى لفنون الرسم والتصوير ، بمعرضه السنوى الشهير الموسوم بـ « الخمسين كتابا فى السنة الحالية » ، كان قوة رئيسية فى تحسين صناعة الكتاب . وثمة معارض مماثلة تقام فى أوربا وأمريكا اللاتينية وكثير من الدول الاسيوية والجمهورية العربية المتحدة ، ولها نفس النتائج المثمرة ·

ان الرسالة الرئيسية لمثل هذه المعارض ، والمأرب الرئيسى من اقامتها ، ومشاهدة انتاج الكتب فى العالم كله ، انما تومىء الى حقيقة هامة ، وهى أن الكتاب الغالى الثمن ليس أوتوماتيكيا كتابا جميلا .

فاذا عبرنا عن ذلك بطريقة عكسية ، فان الانجاز العظيم حقا لمصمم الكتاب ، هو أن يحوله الى عمل فنى يسر ويمتع كل انسان يشاهده ويمسك به ، دون أن يزيد من ميزانية شحيحة رصدت لانتاج الكتاب .

الفصل السابع

إنتاج الكتاب : الطبع والتجليد

كنا حتى الآن ــ نتحدث عن أشياء يقوم بها أصلا ، موظفون فى دار النشر، يعملون على تحضير وتحرير المخطوطات ، وتصميم الكتب . أما من الآن فصاعدا ، فسوف نتحدث عن أشياء يدخل معظمها فى اختصاص أناس آخرين أو منشآت أخرى ، رغم أن هذه الأعمال تتم تحت اشراف الناشر ، وعن طريق نوع من العلاقة العملية بين الطرفين ·

والمثل الأول لمثل هذه الأعمال ، هو عمل الطابع الذى يتسلم المخطوطة ويحولها الى كتاب مطبوع ، بعد اتباع تعليمات مصمم الكتاب ·

والطبع صناعة منفصلة عن النشر ، وقد تملك دور النشر مطابعها الخاصة بها ، كما أن بعض المطابع قد تملك دورا لنشر الكتب . ولكن هذا لن يزيل تميز كل منهما عن الأخرى كما أوضحنا فى الفصل الثانى .

والطابع رجل صناعة او صانع · انه يستخدم الالة والمادة الخام لينتج هذا الشىء المادى المعجز الذى نسميه الكتاب · وهو كرجل مختص بالطبع ، لن يهمه ــ ولو من الناحية النظرية على الاقل ــ ماذا يتضمنه الكتاب من اقوال ، ولا من الذى يهمه أن يشترى هذا الكتاب · وما لم يفلس عميله الناشر ، فانه سيتقاضى أجره عن طبع الكتاب ، سواء بيعت نسخه ، أم لم تبع نسخة واحدة منها .

ولكن الطابع المستنير يهمه بطبيعة الحال أن ينجح عميله الناشر فى بيع الكتب التى يطبعها ، لان نجاحه هذا سيدفعه الى التعامل مع الطابع فى المستقبل : كما

أن الناشر يهمه أن يزدهر عمل الطابع الذى يتعامل معه ، لأن ازدهارهسيدفعه الى تجديد آلاته وتحسين الخدمة التى يؤديها ·

وهكذا نجد الناشر والطابع حليفين فى جهد مشترك ـ هو انتاج كتب أفضل بأسعار اقل ، وتوزيع هذه الكتب على أوسع نطاق ، ليتحقق الربح لكليهما . ولهذا ينبغى لكل منهما أن يتفهم مشاكل الآخر وأهدافه .

والطبع من الناحية التكنولوجية ـ هو أعقد وأصعب فرع من فروع صناعة الكتاب · ولا يمكن التفوق فىالطبع الا بعد ممارسة هذه الصناعة سنوات ، ولا يمكن للناشر الذى يعمل من مكتبه خارج صناعة الطبع ، أن يتوقع لنفسه تفهما ودراية بهذهالصناعة تماثلمالدىالطابعالحقيقىمنها ·

صحيح أن الناشر يعرف ماذا يريد من الطابع أن يفعل وكيف تكون صورة الكتاب الذى يريد طبعه ، وماذا يمكن أن يدفعه مقابل الطبع . وعليه بالضرورة أن يلم بعمليات الطبع والتجليد وان يعرف شيئا عما هو ممكن أو غير ممكن فى ميدان المطبعة التى يتعامل معها · وكلما زادت معرفته بذلك ، زادت قدرته على حماية نفسه من الطابعين المهملين أو غير الأمناء .

وحتى اذا كانالطابع على اكبر قدر منالأمانة والشرف وحسن المعاملة،فان الناشر الذى يلم جيدا بصناعة الطبع ، يستطيع أن يجنى قدرا أكبر من الفائدة فى تعامله معه ، لقيام نوع من التعاون الذى بينهما .

وهذا التعاون بين الطرفين لازم فى اية دولة من الدول ، ولكنه الزم فىالدول النامية منه فى الدول التى قطعت صناعة الكتاب فيها شوطا كبيرا من التقدم والرقى . ان دول آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ، تقف الآن على باب تقدم فى صناعة النشر لم يشهد العالم مثيلا له من قبل ، فى تاريخه كله · والمفتاح لهذا التطور الهائل الرائع المنتظر هو التعاون الوثيق بين الطابع والناشر فى سبيل انتاج كبير وتوزيع واسع للكتب فى سوق جديدة كبرى تنفتح أمامها ·

وان الغرض من كتابة هذا الفصل ، هو بيان العناصر الاساسية فى صناعة الكتاب ، تلك العناصر التى يجب على الناشر أن يعرف عنها شيئا ، ولو خطوطها العريضة ، رغم أنها من اختصاص الطابع المتخصص ·

وهناك ثلاث عمليات رئيسية فى صنع الكتاب :

١ ــ **الجمع**: وهو عملية رص الحروف، سواء منها الحروف المعدنية أو غيرها لتكون معدة لطبعها على الورق . وتشمل كلمة « الجمع » بشكل عام توضيب الصور والرسوم التى ستطبع مع الحروف ·

٢ ــ **الطبع** : وهو عملية وضع الحبر على الورق باستخدام آلة تضغط الحروف المجموعة أو ما يحل محلها على الورق المعد للطبع .

٣ ــ **التجليد**: وهو عملية تطبيق الصفحات بعد طبعها، وجمعها ورقة بجانب أخرى فى نظام سليم ، ثم الربط بينها بطريقة ما لتصبح فى شكل كتاب ·

وهناك عشرات وعشرات من العمليات الخاصة التى يتضمنها كل فرع من هذه الفروع الأصلية ، ولكن جميع العمليات التى تمر بها صناعة الكتاب ، تندرج بشكل ما تحت فرع من هذه الفروع الثلاثة · وليس من الواقعية فى شىء ــ كما ذكرنا من قبل ــ ان يتعلم المرء صناعة الكتاب من قراءة كتاب فى هذا الموضوع ومع ذلك فان التعليق الوجيز على كل قسم من هذه الأقسام الثلاثة،قد يساعد الناشر المبتدىء على ادراك العلاقة بينها . ولعل هذا التعليق يكون مرشدا نافعا للاستزادة من دراسة هذا الموضوع ومعالجته .

اولا ــ الجمع

بالرغم من أن اوروبيا يدعى جوتنبرج يعتبر عادة مخترع الطباعة فان حروف المطبعة اخترعت فى الصين قبل جوتنبرج بزمن طويل. كما أن الاختراع الكورى **للحروف المتحركة** كان اعظم تقدم فنى فى الطباعة ادخل عليها حتى القرن التاسع عشر ·

وسوف نرى فيما يلى أن هناك بعض الطرق لاعداد الكلمات للطبع دون استخدام طرق جمع الحروف ، ولكن جمع الحروف مازال الطريقة السائدة والأكثر انتشارا ، سواء أكان الطبع مباشرا من الحروف نفسها ، أم بوسائل وعمليات اضافية اخرى ـ وفيما يلى بعض الطرق المختلفة لجمع الحروف :

١ ـ **الجمع اليدوى** : ان الجمع اليدوى للحروف هو أرخص طرق الجمع فى معظم البلادالنامية . ومن الأيسر أن تدرب عاملا على الجمع اليدوى من أن تدرب عاملا على تشغيل آلة جمع ميكانيكية معقدة . كذلك يستطيع العامل اليدوى الماهر أن يحقق قسطا من الدقة والجمال فى جمع الحروف ، لا تستطيع أن تدركه الآلة بأى حال . كما أن المطبعة التى تستخدم الجمع اليـدوى تستطيع أن تزيد انتاجها بزيادة عدد عمال الجمع وشراء مزيد من الحروف بدلا من تخصيص جانب ضـخم من رأس المال لشراء آلات جمع ميكانيكية غالية الثمن .

أما مساوىء الجمع اليدوى فتتضمن البطء فى العمل وتكاليف الاحتفاظ بمجموعات كثيرة من الحروف المختلفة الأحجام والأشكال ورداءة الطبـع الناتجة عن تآكل الحروف من كثرة الاستعمال .

وكانت حروف الجمع اليدوى فى الماضى تصنع دائما فى « المسـبك » ليعاد استعمالها مرة بعد اخرى . وبالرغم من أن حروف المسبك تصنع عادةمن معدن فى غاية الصلابة الا انها تبلى قليلا كلما استخدمت فى الطبع . وكذلك يضطر صاحب المطبعة أن يعيد كل حرف استخدم الى مكانه فى صندوق الحروف المخصص له ، ليستطيع استخدامه مرة أخرى ثم انه لا يستطيع سوى عدد قليل جدا من أصحاب المطابع أن يحتفظ لديه بحروف تكفى لجمع كتابكامل فى وقت واحد ، ولهذا فهم يجمعون ١٦ صفحة (ملزمة واحدة) فقط ثم يطبعونها ، ثم يعيدون الحروف (يفرقونها) فى مكانها فى الصناديق ، ثم يجمعون ملزمة أخرى وهكذا .

وبالرغم من كل هذه المساوىء فان الجمع اليدوى للحروف المسبوكة، لاتزال

هى الطريقة المتبعة فى كثير من البلاد النامية ، وستظل هذه الطريقة سائدة وبخاصة فى المطابع الصغيرة المنتشرة فى مدن الاقاليم ·

ولكن بعض الطابعين المستنيرين توصلوا فى السنوات الاخيرة الى طريقة جديدة للجمع تتضمن جانبا من الوسائل الميكانيكية . وميزة هذه الطريقة الجديدة أنها تبقى على مميزات الجمع اليدوى وتتخلص من مساوئه . وتستخدم هذه الطريقة المسبك المستخدم فى آلات المونوتيب لصنع الحروف من معدن يسهل صهره واعادة سبكه ، ثم تجمع هذه الحروف باليد ، ثم تصهر وتعاد بعد كل مرة تستخدم بها .

ويستطيع الطابع الذى يملك مطبعة لا بأس بها أن يقتنى مسبكا خاصا به يصنع له الحروف التى تجمع يدويا فى مطبعته . كما يستطيع الطابع الصغير أن يشترى ما يلزمه من حروف من مطبعة أكبر من مطبعته ، ثم يبيع الحروف التى استخدمها بعد استعمالها ليعاد سبكها من جديد · وقد يوجد فى بعض المدن الكبرى مصانع متخصصة فى سبك الحروف وبيعها للطابعين الصغار ، ولا شك أن الحروف التى ينتجها مسبك « المونوتويب » تكون هشة وواضحة وجديدة عندما تستعمل فى كل مرة . ويستطيع الطابع أن يستبدل ما لديه من حروف ، بحروف أخرى مختلفة الاشكال والاحجام ، بل مختلفة فى اللغة نفسها ـ كلما دعته ضرورة عمله وتغير حاجاته ومطالبه ·

ان هذه الطريقة البارعة التى تجمع بين الجمع اليدوى التقليدى ، والسبك الالى الحديث للحروف تنتشر بازدهار كبير فى الدول النامية ، حتى فى المطابع التى تعمل للانتاج الكبير وتستخدم « الميكنة» الكاملة فى الفروع الاخرى لانتاج الكتاب كالطبع والتجليد · وتعتبر ايران واندونسيا من بين الدول التى انتفعت انتفاعا عظيما رائعا بهذه الطريقة ·

ب ـ **المونوتيب** : هذه طريقة للجمع الآلى ، تستخدم قطعة معدنية لكل حرف على حدة ، وهى من هذه الناحية تشبه الى حد ما الجمع اليدوى . وهناك جزآن هامان فى آلة المونوتيب : الجزء الأول هو لوحة الحروف أو المفاتيح التى يدق

العامل عليها فتحدث ثقوبا فى شريط من الورق . والجزء الآخر هو المسبك الذى يتولى سبك الحروف وترتيبها بالشكل المطلوب الذى تحدده الثقوب التىأحدثها الجزء الأول فى شريط الورق .

ويمكن الاحتفاظ بهذا الشريط فترة من الزمن لاستخدامه مرة أخرى فى جمع نفس الكلمات ، أما الحروف نفسها فيمكن صهرها واعادة سبكها .

كما أن مسبك المونوتيب يمكن استخدامه فى سبك حروف تستخدم فىالجمع اليدوى كما ذكرنا من قبل .

واذا استخدمت آلة المونوتيب فى جمع مادة مقروءة عادية لا توجد بهـا تعقيدات أو متطلبات خاصة فانها تكون فى الغالب أكثر كلفة من طريقة الجمع بالسطر الكامل، وهى الطريقة التى سنتحدث عنها فى الفقرة التالية . وعلى أية حال فآلة المونوتيب ، تعتبر أفضل آلات الجمع الميكانيكية جميعا ، وأكثرها مرونة ولها مزايا خاصة فى جمع الكتب التى تتضمن معادلات أو رموزا علمية، أو جداول معقـدة ، أو حروف ذات نطق خاص كالحروف العربيـة ذات الشكل الكامل (الضمة والفتحة والكسرة والسكون ــ الخ) والأجزاء الصعبة الأخرى من المواد المطبوعة .

جـ ــ اللينوتيب والانترتيب : هاتان الآلتان اللتان تنافس كل منهما الأخرى من الناحية التجارية تقومان بجمع « سطور » من الحروف بدلا من جمعها حرفا حرفا . والطريقة العامة فى هذا الجمع تسمى « السبك بالسطر » . ومن الضرورى فى هذه الطريقة اعادة جمع السطر الكامل اذا وجد خطأ فى أىحرف من حروفه . وقد يتبين أن هناك خطأ جديدا عند اعادة جمع السطر . كما أن هذه الآلات لا تستطيع جمع بعض المواد الطباعية الخاصة المستخدمة فى بعض الدول النامية . كما أنها لا تتصف بالمرونة التى تتميز بها آلة المونوتيب . ومع ذلك فان طريقة الجمع بالسطر ، أقل نفقة وأوسع استخداما من باقى طرق الجمع الآلية الأخرى ، فى عمليات الجمع العادى وغير المعقد .

د ــ الجمع بالتصوير : هذه طريقة للجمع لا تستخدم حروفا معدنية وفى الأسواق عدد كبير منها تتنافس فيما بينها من الناحية التجارية ويقوم العامل

بتصوير الحرف المطلوب جمعه فى الوضع الذى يريده ، ثم تنتج الآلة فيلما يحمل صورة الحرف المطلوب • ويستخدم الفيلم عادة فى صنع اللوحة التى تستخدم بدورها فى طريقة الطبع بالأوفست (كما سيأتى ذكره فى الفصل الخاص بالطبع) وان كان الفيلم يمكن استخدامه أيضا فى صنع الكليشهات المستعملة فى طريقة الطبع البارز . وحتى الآن لم تحل بعض المشكلات القائمة فى طريقة الجمع بالتصوير عند استخدامها لجمع الكتب ، وليست هناك حتى الآن وحدات كثيرة للجمع بالتصوير فى البلدان النامية • على أن كثيرا من المراقبين يعتقدون أن هذه الطريقة يمكن أن تكون ذات قيمة كبيرة فى المستقبل . وينبغى للطابعين ذوى النظر البعيد ، فى الدول النامية ، وللناشرين الذين يتعاملون معهم ، أن يراقبوا باهتمام التطور الكبير الذى سيحدث فى هذا الجانب من الطباعة خلال الأعوام القادمة .

هـ ــ طرق أخرى للجمع : فى أنواع الطباعة التى سنتعرض لها فيما بعد والمسماة بالطباعة الملساء (بلانوجرافيا) ومن أهمها الطريقة المعروفة باسم الاوفست ، من المستطاع جمع الحروف بطريقة أخرى غير الجمع اليدوى أو الآلى أو التصوير .

فالكتابة على الآلة الكاتبة، والكتابة باليد، والرسم، كلها يمكن أن تطبع كما هى فى الأصل دون استخدام احدى الطرق السابق ذكرها . والطرق الجديدة تستخدم بخاصة فى جنوبى آسيا ، وبوجه أخص فى اللغة الاوردية (الهندية) حيث تستخدم الكتابة باليد بدلا من حروف الطباعة حتى فى الصحف اليومية •

والكتابة على الآلة الكاتبة تستخدم بدرجة متزايدة ، حتى فى أكثر البلاد تقدما . والاحتمال الأكبر فى المستقبل ، هو أن تستخدم الآلة الكاتبة فى عملية الطبع ، استخداما واسع النطاق فى جميع البلدان •

وكما سيرد الحديث عن طبع الصور فيما بعد ، أصبح من الشائع الجمع بين الصور وحروف الآلة الكاتبة فى الطباعة بالاوفست ، كلما أراد الناشر أن يستغنى عن شكل الحروف المستعملة عادة فى طباعة الكتب . وقد لجأت اليونسكو الى استخدام حروف الآلة الكاتبة فى طبع كثير من منشوراتها .

وبالمناسبة ، فان الأصل الانجليزى لهذا الكتاب الذى تقرؤه الآن مطبوع ــ كعدد كبير من الكتب الآخرى التى تنشرها شركة بوكر للنشر ــ بهذه الطريقة.

ز ــ الجمع الالكترونى : لقد حدث تطور جديد هائل فى بعض الدول الغربية وأصبح الجمع الالكترونى منبئا بحدوث ثورة فى عالم الكتب والجمع فى السنوات القادمة • ولا يمثل الجمع الالكترونى فى ذاته طريقة جديدة للجمع تختلف عن الطرق السابق ذكرها كالمونوتيب واللينوتيب والانترتيب والجمع بالتصوير . فالعقل الالكترونى هنا ليس الا جهازا يتحكم فى آلة الجمع أو الآلة الكاتبة • وليس هو فى ذاته آلة خاصة تجمع الحروف •

ح ــ الصور والرسوم : وبالرغم من أن الصور والرسوم لاتتضمن مشكلات جمع الحروف فانها تعتبر جزءا من عملية الجمع ، لأن لها كالحروف ، شكلا خاصا يحرص الطابع على نقله بعمليات الطبع التالية لهذه المرحلة •

ان الطابع المحترف يعرف ويستخدم طرقا عديدة لطبع الصور ، لكن الناشر ينبغى له أن يفرق أولا بين نمطين رئيسيين من الصور : الأشكال «الخطية» أى أن تكون الصورة فى كل جزء منها اما سوداء خالصة واما بيضاء خالصة ، والصور « المتدرجة » وهى التى قد تتضمن تداخلا بين الأبيض والأسود فى أجزائها . فالرسم البسيط باستخدام مجرد خطوط سوداء على ورق أبيض ، يعد مثلا للرسم « الخطى » ، أما الصور الفوتوغرافية فهى مثل واضح للصورة « المتدرجة » •

واذا كان الطابع سوف يستخدم طريقة الاوفست فى طبع الكتاب ، فان الناشر لن يحتاج الى أن يتساءل عما اذا كانت الصور والرسوم التى يريد نشرها فى هذا الكتاب رسوما بالخط «أو صورا بالدرجة» لأن الطبع بالأوفست سيتولى كلا الصنفين دون اختلاف فى التكاليف بين أحدهما والآخر .

أما اذا كان الطبع سيتم بطريقة الطبع البارز ، فان على الناشر أن يفكر جيدا فى مسألة التكاليف ، لأن « الكليشيهات » المستخدمة فى تصوير الرسم بالخط أرخص بكثير من « الكليشيهات » الخاصة بالصور « المتدرجة » ، ويمكن أن تطبع على أى نوع من الورق . أما « الكليشيهات » الخاصة بالصور « المتدرجة » فهى غالية نسبيا ، وتتطلب أنواعا خاصة من الورق ، لتحقق نتائج أفضل .

والورق الامثل لطبع الصور المتدرجة اذا كان الطبع بارزا ، هو الورق المعروف بالورق الكوشيه أو « بورق الفن » او بالورق الناعم · ومثل هذا الورق غالى الثمن ولهذا يلجأ الناشر الى استخدامه فى الأجزاء التى تتضمن الصور، دون غيرها من باقى أجزاء الكتاب . وهناك بعض أنواع خاصة من الكتب ، كالكتب الدراسية ، التى تنشر فى صفحاتها الصور والرسوم التوضيحية ، يستخدم لها الناشر نوعا خاصا من الورق يسمى **English-finish** أو **Machine-finish** وبذلك يتحاشى غلاء أسعار الورق الكوشيه ويحصل فى الوقت نفسه على صور مطبوعة طبعا واضحا . وهناك جوانب أخرى كثيرة جدا فى عملية الجمع التى تعتبر الخطوة الأولى فى صناعة الكتاب ومن بينها طريقة توضيب الحروف فى الاطار المساوى لصفحة الكتاب ، ثم تقفيل الاطار قبل وضعه على آلة الطبع . على أن مثل هذه العمليات ، لا يمكن تعلمها الا بملاحظتها فى احدى المطابع ، وأحسن من ذلك بممارستها ممارسة عملية داخل غرفة الجمع .

ثانيا ــ الطبع

الطبع هوعملية وضع الحبر على الورق · وهناك طرق عديدة للطبع ، وأكثر هذه الطرق استعمالا فى طبع الكتب الطرق التالية :

أ ــ الطبع البارز

هذه هى طريقة الطبع التقليدية المستخدمة طوال القرون الماضية فى أنحاء كثيرة من العالم . وهى عبارة عن وضع الحبر على الأطراف البارزة من الحروف ، وضغط الورق على هذه الأطراف البارزة ، فتنتقل صورتها الى الورق . وفى الأزمنة الحديثة استخدمت لوحات ذات أسطح بارزة ، ليضغط الورق عليها كالضغط على الحروف نفسها · واللوحة عبارة عن قطعة معدنية رقيقة (وفى السنوات الأخيرة أصبحت أحيانا تصنع من المطاط أو البلاستيك) وهى عادة لا تبلى بسرعة كالحروف المعدنية المستخدمة فى الطباعة ، ومن الممكن حفظها وتخزينها ليعاد استعمالها من جديد ·

ومعظم الكتب التى تطبع فى جميع أنحاء العالم ، لا تزال تطبع نقلا عن الحروف نفسها · ومع ذلك فان عددا من الناشرين اصبحوا يطبعون كثيرا من كتبهم نقلا عن اللوحات (الكليشيهات) · ولا يستطيع الناشرون التنبؤ بالزمن الذى سينقضى بين الطبعة الأولى للكتاب والطبعة التالية له ، ولكنهم يوفرون بعض المال من الكتب الرائجة التى يطبعونها مرة بعد اخرى نقلا عن اللوحات المصورة لها ، وينفقون هذا المال المتوافر لهم ، على تصوير باقى الكتب التى ينشرونها . وهناك ميزة أخرى لاستخدام اللوحات بدلا من الحروف التى تجمع فى كل طبعة ، وهذه الميزة هى توفير الوقت عندما يراد اعادة طبع كتاب ، ذلك الوقت الذى ينفقه الطابع فى جمع مادة الكتاب مرة أخرى من أوله الى آخره اذا لم يكن مصورا على لوحات .

وكحل بديل للتصوير على اللوحات « الكليشيهات » ، يمكن الاحتفاظ بالحروف مدة من الزمن ، حتى يعرف الناشر من معدل مبيعاته الأولى من الكتاب ، احتمال اعادة طبعه من عدمه ، وبذلك يوفر اعادة الجمع اذا قرر اعادة الطبع ، أو يفرق الحروف اذا لم يشأ اعادة الطبع ، فلا يتحمل تكاليف التخزين . لأن الطابع الذى يستخدم الحروف فى الجمع اليدوى ، لا يمكن أن يرضى ببقاء الحروف مجموعة دون استخدام فترة طويلة من الزمن ، وحتى اذا كان الطابع يستخدم الحروف المعدنية التى تجمع مرة واحدة وتصهر بعد ذلك ، فهو لا يستطيع بقاءها بمخازنه دون اعادة صهرها لأن ذلك يكلفه خسارة مالية . ولهذا فان الطابع يتقاضى من الناشر أجرا عن بقاء الحروف مجموعة بعد انتهاء الطبع مدة لا تزيد عن بضعة أيام اذا تم ذلك بناء على طلب الناشر .

ومع التقدم الكبير الفنى فى طباعة الأوفست خلال السنوات الأخيرة ، زاد استخدام هذه الطريقة فى اعادة طبع الكتب ، بما فيها الكتب التى طبعت للمرة الأولى بالحروف البارزة . وفى مثل هذه الحالات تصنع لوحات الأوفست بتصوير نسخة من الطبعة الأولى الأصلية التى طبعت بالحروف البارزة .

ب ـ الطبع الأملس (بلانوجرافيك)

يسمى هذا النوع من الطباعة بالطبع الأملس ، لأن الطبع يتم بواسطة لوحات ملســاء مستوية السطح بــدلا من استخدام حــروف بارزة أو لوحات (كليشيهات) ذات سطوح بارزة . ان صورة الحرف أو الرسوم أو الصور المطلوب طبعها، تبدو على وجه اللوحةالناعم لا بارزة عليها ولامحفورة فيها ، ويتم الطبع بوسيلة كيميائية تجعل الحبر ينتقل من الأجزاء المطلوب طبعها دون باقى اجزاء اللوحة ، ويوضع الورق على هذه اللوحات المغطاة بالحبر فينتقل الحبر على الورق من أماكن الحروف أو الرسوم أو الصور ، دون باقى أجزاء اللوحة .

وطباعة الأوفست الحديثة هى أشهر طرق الطباعة الملساء ، وأهمهاجميعا فى انتاج الكتب . على أنه تجــدر الاشارة الى أن طريقــة الطبــاعة المسماة « بالليتوجراف » فى جنوبى آسيا ، وهى الطريقة المشابهة كثيرا لطبع « الحجر » المعروف من قديم، هى نوع آخر من أنواع الطباعة الملساء.

وتتضمن الطباعة الملساء مجموعة كبيرة من العمليات التى تستخدم آلات صغيرة متعددة الاشكال مثل آلة « دافيدسون » و « الملتليث » ··· الخ · وهى التى تعتبر عادة آلات نسخ مكتبية لطبع النشرات والمواد الطباعية الصغيرة لا لطبع الكتب .

ولكن الواقع ان هذه الآلات الصغيرة تستخدم فى بعض الأحيان لانتاجالكتب بتكاليف أقل مما تتكلفه آلات الطبع العادية . ومن المساوىء الرئيسية لهذا النوع من الآلات السهلة الاستخدام ، صغر مساحة الورق الذى يطبعــه عليها (٤ صفحات فقط للفرخ الواحد أحيانا) ومن هنا يتكلف الطابع نفقات كثيرة لزيادة أجور الأيدى العاملة المشتغلة فى تجميع الأفرخ وتطبيقهاوتجليدها بعد ذلك . على أن اجور الأيدى العاملة فى كثير من البلدان النامية رخيصة الى حد كبير ، ومن هنا يزول اثر هذا العيب ، وتصبح هذه الآلات صالحة لانتاج الكتاب بنفقات معقولة .

وقد أحدثت طباعة الأوفست ثورة فى انتاج الكتاب فى أجزاء كثيرة من العالم . ومن مزاياها أن الطابع يستطيع أن يجمع بين التجارب المطبوعة للاحرف المجموعة والرسوم والصور الفوتوغرافية واللوحات المصورة..الخ، يجمع بين كل هذه الاشكال فى عملية واحدة دون أن يتحمل تكاليف طبع كل نوع منها على حدة ، أو استخدام نوع خاص من الورق لكل منها . ولما كانت المرحلة الأخيرة قبل صنع اللوحة المستخدمة فى الطبع هى مرحلة اعداد الفيلم الذى يحمل صور الحروف والرسوم وغيرها ، فانه من المستطاع الاحتفاظ بهذا الفيلم دون حاجة الى الاحتفاظ باللوحات نفسها اذا رئى الاستغناء عنها .

ولطباعة الأوفست ميزة خاصة فى مجال التعاون الدولى بين الناشرين الذين يرغبون فى انتاج طبعات مختلفة ــ بلغات مختلفة ــ لكتاب واحد ، وخاصة اذا كان هذا الكتاب يتضمن صوراً ملونة يتكلف طبعها نفقات باهظة . فالناشر الأصلى يستطيع أن يعد مجموعة من الأفلام لهذه الصور الملونة ، ويستطيع أن يبيع أو يؤجر نسخا منها لناشرين آخرين فى دول أخرى ، وبخاصة أن هذه الأفلام يمكن نقلها أو ارسالها الى أماكن بعيدة بأجور زهيدة ، وبذلك تنخفض تكاليف الانتاج لدى الناشر الأصلى والناشرين الأجانب الذين يتعاون معهم .

جـ ــ الطبع المحفور (جرافير)

فى هذا النوع من الطباعة لاتكون الصور المرسومة على وجه اللوحات المعدة للطبع بارزة كما هى الحال فى الطبع البارز ، ولا مستوية كما هى الحال فى طباعة الأوفست ، بل محفورة ينفذ اليها الحبر . وطباعة الروتوجرافير تستخدم لوحات مقوسة وآلات طبع عالية السرعة ، وهى اقتصادية فى انتاج الكميات الضخمة ، ولكنها غالية التكاليف اذا طبعت عليها طبعات محدودة العدد. وآلات الطبع المحفور التى تغذى بالورق يدويا، آلات باهظة التكاليف، ولكنها تستخدم أحيانا حتى فى طبع كميات قليلة ، اذا كان الناشر يطبع صورا يريد أن تكون واضحة جلية ، ومثل هذه الآلات تستطيع ان تحقق له ذلك اكثر من اية آلة أخرى . على أن الطباعة المحفورة (الجرافير) ليست فى الوقت الحاضر بذات أهمية فى صناعة الكتاب ، فى معظم البلدان النامية .

د ـ الطباعة دون ضغط

ومن الطرق التى ستحدث ثورة فى طبع الكتب ، وبخاصة للأعداد القليلةتلك الوسائل الحديثة التى تستخدم الأساليب الفنية الكهربائية ، ومن أشهرها آلات « زيروكس » · ان استخدام آلة الزيروكس يجعل من المستطاع طبع نسخ قليلة جدا من مادة مطبوعة بتكاليف معقولة لايمكن لآلات الطبع العادية القيام بها بمثل هذه التكاليف (كما يحدث فى طبع طبعات تجريبية لكتب مدرسية أو جامعية جديدة ، أو طبعنسخ قليلة من كتب نفدت طبعاتها لتستخدمها المكتبات العامة أوالأساتذة الباحثون) . واذا اجتمعتآلة الزيروكس مع آلة الميكروفيلم التى يمكنها تصوير كمية هائلة من المعلومات وحفظها فى حيز صغير بتكاليف زهيدة ، يمكن اعادة طبع ونشر أعداد محدودة من كتب ذات قيمة كبيرة فى ميادين الطب أو العلم أو التكنولوجيا مثلا .

ان هذه الطريقة تنبىء بمستقبل كبير ، وان كانت لم تحل بعد جميع المشكلات الخاصة بطبع الصور والألوان . . ولم تنتشر بعد آلات الزيروكسفىافريقيا وآسيا (ما عدا اليابان) ولكنها معروفة الآن فى أجزاء كثيرة من أمريكا اللاتينية . وعندما ينتشر استخدام هذه الآلة فى الدول النامية ، يصبح من الضرورى لناشرى الكتب أن يولوها مزيدا من اهتمامهم لما يمكن أن تؤديه فى المستقبل من خدمات ·

هـ ـ الطبع على شاشة الحرير

هذه الطريقة تعتبر من أبسط طرق الطبع . وهى تسمى عادة الشاشة الحريرية ، وان كانت الشاشة فى الأعوام الأخيرة يمكن أن تكون من النايلون أو القطن أو الشبكة المعدنية ... الخ . وتستخدم الشاشة فى بعض العمليات الطباعية الخاصة ، كورق الجدران . وليست هذه الطريقة من الطرق العملية الصالحة لطبع كتاب كامل ، ولكنها مفيدة جدا فى طبع الملصقات أو الصفحات المفردة الملونة ، عندما تكون الكمية المطبوعة قليلة العدد بحيث لا تصلح لطبعها الآلات المخصصة لطبع الأعداد الكبيرة . فعندما يريد الناشر مثلا طبع عدد

محدود جدا من كتاب يتضمن بعض اللوحات الملونة،فان وسائل الطبع العادية تصبح باهظة التكاليف عند قيامها بطبع العدد المحدود ، ولكن الفنان الذى يعد بنفسه الشاشة الحريرية ويطبع عليها الصور الملونة ، يستطيع أن ينتج العدد المحدود من هذه النسخ بتكاليف معقولة ٠

و ـ آلات الطباعة الخاصة

وهناك عدد كبير من آلات الطباعة الخاصة المستعملة فى كل من الطبع البارز والطبع الأملس ، ولكنها مجرد تحسينات جديدة لطرق الطبع العادية ٠ فهناك الآلات المسماة بالـ Perfecting وهى التى تطبع فرخ الورق بوجهيه فى آن واحد . وهناك آلات « وب » Web وهى التى تستخدم لفات الورق الكاملة لا الأفرخ المسطحة ، وهى فى ذلك تشبه مطابع الصحف . وهناك آلات الـ Multi-color أو المتعددة الألوان وهى التى تستطيع طبع لونين أو ثلاثة أو أربعة أو أكثر فى وقت واحد ٠

وبالرغم من أن هذه الاضافات المتطورة باهظة التكاليف للغاية ، الا أنها يمكن أن تكون اقتصادية ، عندما تكون الكمية المطبوعة كبيرة جدا . وبمرور الأيام يتطلع كثير من الطابعين وعملائهم الناشرين فى البلدان النامية ، الى الوسائل التى تمكنهم من استخدام هذه الآلات الحديثة ولو فى المستقبل ، بصور اقتصادية تناسب الانتاج الكبير الذى يمكن أن يلبى طلبات الأسواق التى تنمو وتبشر بمستقبل زاهر ٠

ثالثا ـ التجليد

بعد أن يتم طبع أفرخ الورق التى يتكون منها الكتاب ، تجمع هذه الافرخ أو كما تسمى « بالملازم » وكل ملزمة منها تحتوى على ٨ صفحات أو ١٦ أو ٣٢أو ٦٤ صفحة . وعملية التجليد تشمل تطبيق هذه الأفرخ ووضع كل منها الىجانب الآخر فى نظام دقيق ، وقص هوامشها (تعريشها) ثم الربط بين هذهالصفحات بطريقة ما ،٠ثم تجليدها بغلاف من الاغلفة .

ويمكن أن يتم تطبيق الافرخ يدويا ، وفى معظم المطابع الموجودة بالدول النامية يتم التطبيق باليد لرخص الأيدى العاملة وغلاء تشغيل الالات . على أن معظم المطابع الكبرى تشمل بعض آلات « التطبيق » الميكانيكية . وهناك أنماط كثيرة جدا من آلات التطبيق تناسب مختلف الأغراض ، ومختلف أحجام الورق ، ومختلف السرعات .

والخطوة التالية بعد تطبيق «الافرخ» ، هى تجميعها ووضعها بعضها الى جانب بعض ، بالشكل الذى ستظهر فيه عند اتمام الكتاب . وبالرغم من أن معظم هذه العمليات تتم باليد فى أنحاء كثيرة من العالم ، الا أن هناك وسائل للاسراع فى القيام بهذه العمليات ، كاستخدام « أصابع المطاط » وأنواع مختلفة من الرفوف والموائد للتجميع عليها . وحيث تكون أجور الأيدى العاملة منخفضة ، فان الوسائل الميكانيكية تكون غير اقتصادية فى التطبيق والتجميع ، الا اذا كانت الكميات كبيرة جدا .

وبعد أن تطبق وتجمع الافرخ المطبوعة ، تجىء الخطوة التالية وهى الربط بينها أو لصقها معا . وابسط الطرق المستخدمة فى هذا الربط بين الأفرخ هى خرمها بالسلك . والتجليد بالخيط يتكلف أكثر من الخرم بالسلك ، ولكنه ألزم وأنفع اذا كان الكتاب سميكا ، لأنه يضمن نتائج أفضل ، ويمكن القارىء من « تقليب » الصفحات بمرونة وسهولة أكثر .

واذا كان الطابع يريد وضع غلاف سميك للكتاب فان عليه أن يقص الافرخ من هوامشها الثلاثة قبل التجليد . أما اذا كان الغلاف الخارجى من الورق . فان عملية القص «التعريش» تتم بعد لصق الغلاف ، وبذلك يقص الغلاف نفسه مع الورق الداخلى للكتاب . أما اذا كان التجليد سيتم بالطريقة المسماة «برفكت» كما سيجىء شرحها فان الافرخ لا تخرم بالسلك ولا تخاط بالخيط ، ويكتفى بقصها من هوامشها الأربعة جميعا ثم تلصق بمادة لاصقة :

طريقة « برفكت للتجليد » لقد كانت هذه الطريقة مفتاحا لتطور انتاج الطبعات الشعبية المسماة « ذات الغلاف الورق » «Paper-back»

فى الدول الغربية . وتتقدم هذه الطريقة تقدما سريعا فى البلدان النامية ايضا . وفيها تقص أفرخ الورق من جوانبها الأربعة ثم توضع فى الغلاف المصنوع من الورق وتلصق فيه بمادة لاصقة . وفى أوائل عهد استخدام هذه الطريقة ، كانت آلة التجليد ضخمة جدا وباهظة التكاليف ، ولم تكن النتائج مرضية دائما . فقد كانت بعض الصفحات لا تلصق لصقا دقيقا وتنفصل عن باقى الكتاب ، كما أن الأغلفة كانت تتكسر فى المناطق الباردة وتجلب الهوام والحشرات فى البلدان الاستوائية · ولكن المصانع فى الأعوام الأخيرة استطاعت ان تنتج مواد لاصقة جيدة تستطيع اداء الغرض منها فى جميع الأجواء ، وأصبحت آلات التجليد بهذه الطريقة تنتج فى وحدات صغيرة يمكن ادارة بعض أنواعها باليد.· ولاشك أن هذه الطريقة فى التجليد ينتظر لها مستقبل عظيم فى البلدان النامية .

طبع الغلاف : بالرغم من ان طبع الغلاف عملية طباعية خالصة ، الا انها مرتبطة اشد الارتباط بعملية التجليد ، وهذا ما دعانا الى الحديث عنها هنا . ان الغلاف وان لم يكن انتاجه كثير الكلفة الا أنه عامل هام من عوامل ترويج الكتاب وتسويقه ، ولهذا فهو يحتاج الى عناية كبيرة فى اختيار المادة التى يصنع منها ، والتصميم أو الشكل الذى يخرج به ، وكيفية الطبع نفسه. ويمكن تحقيق نتائج رائعة بكثير من الطرق ، وبخاصة اذا كان الغلاف لامعا (والغلاف اللامع ذو مزايا لأنه لا يستبقى التراب ، كما أنه يكون جذابا لافتا للنظر) .

والغلاف اللامع المصنوع من الورق يمكن طبعه بنوع خاص من الحبر اللماع ، كما يمكن انتاجه باستخدام الورنيش ، أو استخدام طبقة من « السيلوفان » أو المادة المشابهة لتلصق على الغلاف بعد طبعه .

ولما كان طبع الغلاف عملية كثيرة التكاليف ، لأنه يطبع عادة فى اربعة الوان، فقد يكون من حسن التدبير أن يقوم بطبع عدة أغلفة لكتب مختلفة فى وقت واحد ، ليستطيع خفض تكاليف الطبع الملون ، بقدر الامكان ·

الورق : يجب على الناشر أن يلم الماما طيبا بأنواع الورق المستخدمة فى

انتاج الكتاب. واذا لم يكن لدى الناشر فكرته الخاصة المسبقة ، فأنه سوفيقبل ما يعرضه عليه الطابع من أنواع الورق ، والثمن الذى يحدده له ، سواء أكان هذا النوع هو المناسب تماما لهذا الكتاب أم لا · وهناك عديد من أنواع الورق الصالحة لصناعة الكتاب ، ابتداء من ورق الصحف الأسمر الى ورق « الفن » (الكوشيه) اللامع الغالى الثمن المغطى بطبقة من المساحيق أو المواد الأخرى ، لتكسبه سطحا جميلا براقا ، وليس على الناشر أن يكون متخصصا فى صناعة الورق ، عالما بكل تفاصيلها ، ولكن عليه أن يعرف أنواعا رئيسية منه ، وأوجه استخدام كل منها وطريقة طبعه · كما ينبغى له أن يستطيع التفرقة بين أنواع الورق المختلفة ·

وأول شيء تنبغى معرفته هو مساحة الفرخ الذى يستعمله الناشر لاخراج كتاب معين، وقدرة آلة الطبع علىاستخدام هذه المساحة المعينة للفرخ، ثمعلى الناشر بعد ذلك أن يعرف بعض خصائص كل نوع من الورق . وفيما يلى أهم المواصفات التى يجب معرفتها :

خامة الورق (وهى تتوقف على نوع اللب الذى يصنع منه) ·

وزن المتر المربع منه ·

السمك ·

السطح (هل هو مناسب لطبع الصور ؟ لطبع الأوفست ــ الخ) .

الصلابة ·

اللون (ومدى قابليته للتغير بمرور الزمن) ·

اتجاه التجزيع (التعريق) ·

القابلية للتطبيق ·

مقاومة التمزق ·

والناشر الحكيم هو الذى يضع فىذهنه جملة اعتبارات معا ، ويدرك ــ مثلا ــ أن الورق السميك غير الشفاف ، يصلح فى كتاب معين ، أكثر مما يصلح الورق الشفاف ، الا اذا كان الأخير أكثر سمكا ، وبالتالى سيكون أغلى ثمنا .

- وإذا كان الناشر مقيما فى مدينة لا تتوافر فيها أصناف الورق المختلفة ، فانه سوف لا يستطيع اختيار النوع المطلوب على وجه التحديد . وفى البلاد النامية التى لا تتوافر فيها العملات الأجنبية الحرة ، يجد الناشر نفسه مضطرا الى استخدام النوع المتوافر فى الأسواق . بل انه أحيانا يضطر الى استخدام أكثر من نوع واحد من الورق فى كتاب واحد ، اذ يبدأ بنوع ثم لا يستطيع تكملة الكتاب منه ، فيضطر الى استخدام نوع آخر . ولكن الناشر الذى يعمل فى مدينة كبيرة توجد بها متاجر لمختلف أنواع الورق ، يستطيع أن يختار ما يروقه منها . وفى مثل هذه الحالات يكون من قصر النظر البالغ أن يترك الناشر أمر اختيار الورق لصاحب المطبعة . فالتخطيط السابق لنوع الورق المستخدم فى طبع الكتاب ، وسيلة من أسهل الوسائل التى تمكن الناشر من زيادة أرباحه .

لقد تناول هذا الفصل مجرد ملخص سريع وبسيط للعمليات التى يمر بها انتاج الكتاب . وربما يكون هذا الايجاز والتبسيط قد أدى الى شىء من عدم الدقة فى الوصف ، ولكن هذا الفصل جدير بأن يكون قد حقق الغرض منه ، اذا ما أوحى الى الناشرين بالاستزادة من القراءة والتعلم فى هذا الموضوع . ويمكن الاستزادة من المعرفة بفن الطباعة ، بالاستزادة من القراءة والاطلاع ، وأكثر من ذلك ، بالملاحظة لما يجرى داخل المطابع ، وبالمناقشة المستمرة للمشكلات المشتركة بين الناشرين بعضهم وبعض ، وبينهم وبين الموردين للآلات والخامات .

ان الناشر الذى يهتم ببناء مستقبله ، جدير بأن يكون على دراية بصناعة الطباعة ، أسوة بدرايته بصناعة النشر .

وعليه أن يساعد الطابعين الذين يتعامل معهم على أن يعرفوا احتياجاته فى المستقبل ، وبذلك يضعون فى خططهم الطويلة المدى الوحدات الاضافية ، أو الآلات المتطورة أو الأنواع المختلفة تماما من آلات الطباعة ، التى ينبغى لهم الحصول عليها لمسايرة التقدم وسد احتياجات المستقبل .

الفصل الثامن

بيـــع الـــكتب

بعد اتمام جميع الأعمال التحضيرية من : المؤلف ، والمصمم والرسام ، والمحرر ، والطابع ، وبعد اجراء التعديلات والتجارب النهائية فانه يتم طبعها وتجليدها وتصبح صالحة للقراءة .

وقسم البيع فى دار النشر هو الذى يتولى الحصول على الأموال لسداد الفوائد .

ومهمته جديرة بالتقدير ، ليس فقط من وجهة نظر تمويل حساب الناشر بالبنك ، ولكن ايضا بسبب خدمته لصالح صناعة النشر بتوصيله الكتب الى جمهور القراء .

ولهذا فان هدف هذا القسم ليس فقط جلب الايراد ، ولكن بالقيام بتوزيعها على نطاق واسع .

واذا كانت الكتب رابحة فان مصلحة الناشر ومصلحة الجمهور تسيران جنبا الى جنب .

وكما أوضحنا فى الفصل الثالث حول اقتصاديات نشر الكتاب فان أسهل طريقة هى تخفيض السعر عن طريق زيادة الكميات للحصول على تكلفة اقل للنسخة ، ولكن ليس من المنطقى طباعة كميات لا يتم بيعها .

ويعتبر قسم المبيعات واحدا من أهم نتائج نجاح الناشر وقدراته على خدمة الجماهير .

وكما درجنا دائما فى هذا الكتاب أن تأكيدنا لوجود قسم المبيعات لايثبطعزيمة صغار الناشرين الذين ليس لديهم هذا القسم ٠

والمبادىء التى نسردها هنا تنطبق على بيع الكتب فى منشأة صغيرة للنشر لديها موظفان او ثلاثة لأداء جميع الأعمال .

طرق بيع الكتب

يمكن تقسيم الطرق العديدة التى يتم بها بيع الكتب ببساطة الى أربع مجموعات وفقا لطبيعة العميل الذى سيتولى سداد فاتورة الناشر .

١ ــ المستهلكون الأفراد

وهم الذين يبيع لهم الناشر مباشرة نفسه بنفسه ٠

ومن وسائل هذا البيع المباشر :

ــ التوزيع للبيع او الدعاية مباشرة بالبريد (أنظر فصل ٩) .

ــ عن طريق منشأة الناشر نفسه (انظر فصل ٢٠) ٠

ــ عن طريق التوزيع بطريق الاغراق . اذا كان الناشر يملك ذلك (انظر فصــــل ١٤) .

ــ عن طريق نوادى الكتاب ــ اذا كان له ذلك (انظر فصل ١٣) ٠

ــ عن طريق الاشتراكات لدى الناشر (انظر فصل ١٤) ٠

٢ ــ المؤسسات الجماعية

من الطبيعى أن أهم العملاء هم المدارس والمكتبات ومراكز محو الامية أو مراكز التنمية العلمية ٠

وفن البيع لمثل تلك المؤسسات يتم عادة على نطاق واسع بين دولة واخرى بين وقت وآخر .

وهناك وسائل خاصة قد تكون ضرورية لبيع الأنواع المختلفة من هـــذه الكتب :

الكتبَ الدراسية (انظر فصل ١١)

كتب المراجع (انظر فصل ١٠) ٠

كتب الاطفال(انظر فصل ١٢)

الكتب الثقافية والمواد الادبية الجديدة (انظر فصل ١٦) ٠

وبعض أنواع المبيعات من كتب المؤسسات قد تباع محليا عن طريق امتياز بيع الكتب الدراسية لوزارة التربية والتعليم التى قد تعمم نظاما محددا فى كتبها للمدارس ٠

وقد يحتاج الأمر من الناشر أن يجند مجموعة من البائعين للسفر لزيارة المعاهد والمؤسسات في مختلف البلاد ، وقد يكون هؤلاء البائعون اما منموظفيه واما عن طريق وكلاء بالعمولة .

ومن الجدير بالذكر أن طريقة المراسلات المباشرة مع المؤسسات ذات فاعلية سواء تم البيع بذلك الطريق أو بغيره .

وطريقة ارسالهدايا مباشرة بالبريد للعميل قد ينشط العميل. فانه عندما يقع الكتاب بين يدى صاحب المكتبة فانه يساعده على تعريف القراء به ، وبذلك تنهال الطلبات على الكتاب .

٣ ـ بائعو التجزئة

هؤلاء هم التجار على مختلفالانواع ويباشرون بيعالكتب ــ وفى الغالب ــ كتابا بكتاب الى المستعملين الحقيقيين ٠ ان البائع فى العادة يتعامل فى تشكيلة كبيرة من الكتب ، ولكن ليس من الضرورى أن تكون صادرة عن ناشر واحد .

وعلى سبيل المثال ، وكما هو ظاهر فى القسم الأول سابقا ، فان الناشريمكنه ممارسة نظام التوزيع وعلى شكل واسع اذا توافرت له القوة والامكانات للقيام

بهذا العمل . ولكن الطريقة الاعتيادية والمقصودة في هذا الجزء هي شركة متخصصة في توزيع الكتاب على نطاق واسع ومن واقع « كشوف » لبضعة ناشرين ، أو أكثر من ناشر · ومن بين عملاء الناشر لفئة الموزعين من هذا الطراز وهم :

محلات بيع الكتب بالقطاعى المنتظمة (أنظر الفصل ٢٠) .

شركة التوزيع وعلى نطاق واسع (أنظر الفصل ١٣) .

أندية الكتاب (انظر الفصل ١٤) .

البيع عن طريق التوزيع بالبريد (أنظر الفصل ٩) .

شركة البيع بنظام الاشتراك (أنظر الفصل ١٤)

البائعون المتجولون وغيرهم من بائعى الكتب الذين يتنقلون بكتبهم سواء مترجلين أو على دراجات أو سيارات .. الخ ...

٤ ــ بائعو الجملة

وفى الامكان تسمية هذه الفئة من الناس « بائعى جملة » او من اصحاب الأعمال وهم « الوسطاء » بين الناشرين وبائعى القطاعى والذين يحققون البيع الى مستعملى الكتب الحقيقيين ، ونظريا فان بائع الجملة لا يبيع رأسا الى المستهلك ولكن عادة وغالبا ما يحقق البيع النهائى وخاصة للمعاهد ·

ان الخصم الاضافى الذى يتمتع به تاجر الجملة من قبل الناشر مع مراعاة مبدأ مبادرته بالبيع لتجار التجزئة فقط ، يجعل مبيعات هذا التاجر أى تاجر الجملة بالتجزئة تشكل مناقشة غير عادلة بينه وبين تاجر التجزئة · فقيام تجار الجملة بتخفيض الأسعار التى يتعامل على اساسها تجار التجزئة ممنوع بحكم القانون فى بعض البلدان ، وبحكم اتفاقيات صادرة من الناشرين (كشرط للخصم الاضافى) فى كثير من الأحوال .

ان حسن نظام البيع بالجملة قد يساهم مساهمة عامة فى تنمية نشر الكتاب وتجارة وبيع الكتاب بالتجزئة فى أى بلد · لو كان هناك نظام حسن فى تجارة

الجملة فان تجار التجزئة وخاصة الصغيرين منهم قد تواتيهم الفرصة فى الحصول على الكتب من ناشرين مختلفين وعن طريق تاجر جملة واحد • كما تتوافر الفرصة للناشرين فى تحقيق المبيعات بالجملة لتجار الجملة بدلا من أن يكونوا مضطرين للتعامل مع كل من تجار التجزئة وعند كل صفقة •

فى البلاد التى تتمتع جغرافيا بمساحات واسعة هناك منفعة اضافية ، اذ يمكن لبائع الجملة أن تكون لديه امانات اقليمية أو مخزون من الكتب بموجبه يمكنه تلبية الطلبات وبسرعة أكبر مما لو التجأ تاجر التجزئة بطلبياته مضطرا فى كل مرة الى الناشر فى بلدة بعيدة •

من الطبيعى أن يحقق الناشر خسارة فى النهاية اذا ترك كل الأمور فى يد تاجر الجملة بدون أن تكون له اتصالات مباشرة مع المهمين من تجار التجزئة • ولكن فى الامكان أن يصبح تاجر الجملة الجاد مفيدا للناشر ويمكنه الوصول الى الأماكن أو الأسواق التى يعرضها صغار التجار من بائعى الكتب فى المناطق البعيـــدة .

حتى الناشر الكبير لا يقدر على الحفاظ على اتصالات دورية ومستديمة مع كل من بائعى الكتب الصغار الموجودين فى أنحاء البلد . ولكن فى امكان تاجر الجملة الذى لديه العديد من الكتب ومن مختلف بيوت النشر من تحقيق هذا الاتصال •

ان ادراك البيع بالجملة هو على وجه الخصوص مغر لمستقبل البلاد النامية حيث انتشر العلم فى أرجائها (ومنذ اهتمامها بالكتب) الا أن تنفيذ تسويق الكتب لا يزال محصورا وعلى نطاق واسع فى المدن الرئيسية • لا يزال هناك الكثير من الاجزاءات التى يجب اتخاذها ، ومع ذلك فيوجد هناك القليل من البلاد النامية التى لم تتمكن بعد من ارساء قواعد سليمة لتجارة الجملة •

التصـــدير

كل الوسائل السالف ذكرها آنفا يمكن الاستفادة بها فى البيع عن طريق التصدير وعلى الوجه الذى لا تختلف هذه الطريقة عن مثيلاتها من الطرق الاخرى •

وفى الحقيقة ، وكيفما كان الأمر ، فانه يوجد هنك الكثير من المعضلات الخاصة ٠

وهذا هو الواقع سواء كانت معاملات الناشر مباشرة مع المستهلكين الافراد (ويكاد يكون هذا عسيرا فى بعض البلدان) ، أو مع المعاهد أو تجار التجزئةأوتجارالجملةفى البلدان المستوردة أو مع بيوت التصدير فى البلدان المصدرة ٠ ان الصراع الذى يشكله البيع للخارج هو فى حد ذاته كبير لدرجة أن بعض الناشرين لا يحاولون بمعرفتهم مباشرة العمليات الخارجية وبالتالى يتركون كل شيء للمصدر حيث تتوافر له امكانيات السفر وتحمل النفقات نظرا لأنه يمثل العديد من مختلفى الناشرين .

هذه هى بعض العوامل من الكثير التى قد تؤثر فى تنمية سوق التصدير ٠

أ ــ اللغــة

لابد لمستعملى الكتاب من حذق اللغة المكتوب بها، وهىالشيء الذى يحد من حجم التصدير بالنسبة للناشرين فى كثير من البلدان النامية ٠ بعض اللغات فى آسيا وافريقيا وأمريكا اللاتينية تتميز باستعمال واسع فى أكثر من بلد ، ومن بينها الآتى :

الانجليزية :

هى أكثر اللغات استعمالا ، وعلى نطاق واسع ، وليس فقط خلالاتصالات البلدان النامية بعضها البعض ، ولكن كذلك فى أثناء اتصالاتها بالعالم الغربى .

ان الناشرين باللغة الانجليزية فى بلدان مثل : الهند ، والباكستان ، ونيجيريا ، وغانا ، وكينيا ، وأوغندة ، وتانزانيا الخ .. لديهم فرصة حقيقية لانماء مهمة التصدير وبينهم وبين الغرب .

الفرنسية :

هى كذلك مفيدة فى التفاهم بين بعض البلدان الثابتة والنامية ومع آوروبا ٠

ان الظواهر مشجعة خاصة للناشرين باللغة الفرنسية فى البلدان الواقعة فى غرب افريقية والذين يستعملون هذه اللغة ، كما توجد هناك امكانات فى مراكش والجزائر وتونس ولبنان وسوريا وملاجاش وبلدان اخرى حيث تستعمل الفرنسية بجانب لغة أخرى .

الاسبانية :

وهى لغة غالبية أمريكا اللاتينية ، ولها امكانات واضحة لتصدير الكتاب سواء داخل المنطقة أو بالتبادل مع أسبانيا ٠ المكسيك والارجنتين هما فعلا من كبار المصدرين الى بلدان أخرى فى أمريكا اللاتينية٠

البرتغالية :

لغة البرازيل أكبر بلدان أمريكا اللاتينية . وهى واسعة الاستعمال داخل هذا البلد وفى البرتغال ، ولكن ستزداد أهميتها مع ازدهار الأماكن التى تتكلم البرتغالية فى افريقية ٠

الصينية :

لغة هامة وليس فقط للصين الشعبية ولكن لجميع الجاليات الصينية فيما وراء البحار ٠ يوجد هناك فعلا تصدير على غاية من الاهمية من الصين الشعبية الى الأماكن الحليفة دبلوماسيا ، ومن تايوان وهونج كونج الى مختلف الاماكن الصينية فيما وراء البحار ٠

العربية :

لغة بموجبها تصدر كميات ضخمة من الكتب ، ليس فقط بين البلدان العربية ، ولكن من جهات النشر العربية الى بعض الاماكن من العالم الاسلامى بالنسبة

للجمهورية العربية المتحدة ولبنان فانهما الناشران الاساسيان بالعربية، فالتصدير هو بالنسبة لهما الدعامة الاقتصادية للعمل ·

اوردو ولغة البنجال :

لغات يستعملها الملايين من الناس في كل من الهند والباكستان — ومن وقت لآخر تعوق المصاعب الدبلوماسية سبل تنمية السوق المشتركة — ولكن المقدرة كبيرة جدا ·

سواحيلي :

لها المقدرة العظمى لتبادل الكتب في شرق افريقية لاى لغة افريقية سليمة ·

الفارســية

تتقاسمها ايران وأفغانستان وتاجيكستان وبعض أماكن الاتحاد السوفييى وامكانات التصدير فيما بينهم تكاد تكون كافية ·

لغــات اخرى

مثل : تاميل وبنجابى ، والملاوية ، وبشتو ، والأندونيسية ، والروسية والالمـانية والهولنديه الخ .. لها امكانات محدودة للتصدير فى البلاد النامية حيث يتقاسمونها مع جهة واحدة او جهتين ، أو لكونها لغات الاقلية محددة لبعض المجتمعات المخصصة .

ب — عقبات سياسية :

ان حرية تدفق الكتب غالبا ما تعوقها اسـباب سياسية من جانبي البلد المصدر أو المستورد . ان النوابغ من تجار الكتب غالبا ما يجدون وسائل قانونية لتلافى حدة هذه المعوقات ، مع عدم ذكر الوسائل غير القانونية والتى تطبق أحيانا بالاستعانة ببلد ثالث كوسيط بين المصدر والمستورد هى طريقة يتكرر استعمالها . فلبنان هى مثال حى ليلد يخدم مهام هذا البلد

الثالث ، حتى اذا كانت العلاقة بين بلدين عربيين لا تسمح بتبادل التجارة بينهما رأســا .

ج ـ الرقابة :

المنع عن طريق الرقابة لبعض الكتب أو بعض الكتب الخاصة لاسباب سياسية أو دينية أو أخلاقية قد يكون من العوائق ، ولو أنه يشكل مشاق أكثر من كونه مجرد عائق حقيقى لتجارة التصدير بوجه عام .

د ـ أسس اقتصادية :

ان هــذا الطراز من المشكلات يشكل أكبر الصــعوبات لتجارة الكتاب العالميـــة ، ويحوى هذا مشكلات تراخيص الاســتيراد ، والصعوبات فى تخصيص العمــلات الصعبة ، وفرض قيود الاســتيراد ورسوم أخرى ، والفروق الناتجة من فئات التحويل والتى تؤدى رسومها الى ارتفاع أسعار البيع ، نفقات الشحن والتأمين للعملاء الاجانب ، الصعوبات فى تحصيل النقود من المدين الاجنبى ، وطول المدة غير المحتملة التى تنقضى منذ مبادرة تاجر التجزئة التقدم بطلبه وتسلمه للكتاب المطلوب .

ومع ذلك ، ورغما عن كل هذه الصعوبات التى تحاول الدولة للبلد المصدر أو المستورد فى تصعيدها أو اقلالها لأسباب متنوعة خاصة بالتعليم أو الاقتصاد ، أو السياسة أو الدعاية فان تجارة التصدير تستحق هذا العناء ، لبعض البلدان مثل : المملكة المتحدة لنشر اللغة الانجليزية ، والجمهورية العربية المتحدة للعربية ، والارجنتين والمكسيك للاسبانية ، فان التصدير يشكل جزءا كبيرا من اجمالى تجارة الكتاب فيها لدرجة أن تطور نشر الكتاب بالكامل قد يكون مستحيلا بدونه ، وخصوصــا للناشرين الذين لم يباشروا كثيرا عمليات تصدير فى الماضى فان النظرة لكل كتاب يباع فى الخارج تعتبر كأنها « فوق البيعة » ، ومن هنا فان الناشر أن يكون مستعدا لتحمل مضايقة استثنائية طفيفة أو مصروف ، لانه بجانب القيمة الاضافية فان الكتاب يمثل الصافى من حاصل الجمع لحجم المبيعات ، وقد يعنيه نقيض هذا .

عمليات بيع الكتب

يمكن تقسيم عملية بيع الكتاب الى ثلاثة أجزاء كبيرة :

١ ـ ترويج الكتاب

وهى عملية تعريف الناس بوجود الكتاب ثم اقناعهم بشرائه ٠انه من المهم جدا لرواج نشر الكتاب ـ وعلى وجه الخصوص من الناحية التكنيكية ـ معالجة هذا الموضوع على حدة فى الجزء القادم ٠

٢ ـ تلقى الطلبات

وهى عملية متابعة حملة الترويج لاقناع الناس بتقديم طلباتهم ،اذا جاءت الطلبات عن طريق البريد ، فربما كان امتدادا لمهام قسم الترويج . ولكن الطريقة الشائعة فى تلقى الطلبات تأتى عن طريق البائعين المتجولين الذين كثيرا ما يتجولون بعرض الكتب على بائعى الكتب والمدارس والمكتبات وتلقى طلباتهم ، كما أنهم يقومون بحصر الكتب القديمة التى يتعامل بها بائع الكتب والسعى فى اعارتها ان أمكن ٠

البائع الذى يتجول على حساب الناشر قد يتقاضى مرتبا ثابتا أو عمولات على الطلبات التى يحققها ٠ وغالبا ما تتشابك هاتان الطريقتان بمعنى أن يتقاضى البائع مرتبا صغيرا أملا فى أن يحقق الشطر الاكبر من دخله عن طريق العمولة ، وهى طريقة تسمى بـ « حساب الاستاذ » تحقق للبائع عمولة على كل ما يرد من طلبات من داخل المنطقة المخصصة لنشاطه ، سواء قام أو لم يقم باحضار الطلبية .

وهذه النظرية مبنية على أساس أن وجود البائع واتصالاته المجدية نيابة عن الناشر فى تعريف بائع الكتب بقوائم الكتب ، بجانب متابعته فى ترويج الكتاب عند بائعى الكتب فى المنطقة أدى الى الرواج ٠

ان القسم المختص فى تلقى الطلبات قد يكون له عدد من الاقلام فى محل كبير · وهذه الاقلام الخاصة قد تتخصص فى بيع الكتب المدرسية ، والمكتبات ، وفى بيع جانب كبير من انتاج الناشر (مثل كتب الطب والقانون) وفى مبيعات التصدير الخ ·· وغالبا ما يكون للناشر أقسام خاصة بها ، ناد للكتاب أو اشتراك فى مشروع للكتاب ، أو توزيع على نطاق واسع ، أو اتصالات كبيرة بطريق البريد ·

٣ ـ تجهيز الطلبات وايصالها

وهذا يتطلب تغليف وشحن الكتب وعمل « فواتيرها » · وقد يتراءى هذا سهلا ولكنه فى الحقيقة أضخم وظيفة فى عملية نشر الكتاب ·

فاذا ما تركنا جانبا العمل المكتبى الضخم فى تتبع المخطط الصحيح ، ومعرفته برسوم الشحن واقتنائه لسجلات تساعده فى تحصيل قيمة الفواتير (أو اسم وعنوان العميل الذى قد يحتاج اليه فى صفقة أخرى ، حتى لو أن ثمنها سدد فورا) فان طبيعة العمل فى التعامل بالكتاب هى فى حد ذاتها ضخمة ·

ان التخزين هو منبع مستمر للمشكلات لأجل اداء خدمة ممتازة للزبائن . فانه يتعين على الناشر أن يكون لديه وفر من كل الكتب فى أى وقت من الاوقات وفى الحال . ومع ذلك فان المكان المخصص للشحن أو للتخزين دائما ما يكون محدودا ، وعلى الأخص اذا كان محل الناشر يقع فى منطقة تتميز أسعار الارض فيها بالغلاء · ويعالج الناشرون هذه المشكلة بطرق شتى · احدى هذه الطرق هو أن يتفق مع الطابع على قيامه بتخزين جزء من كمية على أن يقوم بالتوريد يوميا ـ ان كان ضروريا ـ الى مخزن الناشر . والطريقة الاخرى والمعمول بها حاليا وعلى نطاق واسع فى البلاد العربية هو ايجاد مخزن للتخزين والشحن مستقل وفى بقعة رخيصة من الأرض ، وربما خارج المدينة على أن تكون وسائل النقل بالسيارات بينها وبين أماكن الشحن قريبة وسهلة .

ان التعقيد الواضح فى تخزين الكتب هو الخطر الذى يصيب المخزون بأضرار متعددة . اذا كان الضرر سطحيا فان الغطاء الواقى من الغبار يعد رخيصا فى بعض الأحيان ما دام سيتيح الفرصة لبيع الكتاب مرة ثانية ، ولكن يمكن أن تكون هناك خسائر فادحة نتيجة حدوث تلف جديد ، ويكون وجود بعض البلدان النامية فى مناطق حارة حيث الحر والزوابع وحشرات قارضة الكتب الشرهة ، وأخطار أخرى ، فانه ضرورى حماية مخازن الكتب ، رغما عن التكاليف لتوفير هذه الحماية .

طبيعى ألا تكون هناك مشكلات بالنسبة للكتاب الذى تباع نسخه فى الحال ، ولكن — كما سلف أن لاحظنا — فان طبع الكتب لآجال طويلة قد تكون من الوجهة الاقتصادية سليمة فى صناعة النشر .

ان من الوسائل التى تصيب الكتب بأضرار هى (المرتجعة) ، أى الكتب المرخص لبائعها باعادتها بعد مدة لعجـــزه عن بيعها ، وفيما بعد بسطنا ملاحظاتنا على سياسة الناشر بالنسبة لاباحة اعادة الكتب . يجب اتخاذ كل وسائل الوقاية كاستعمال اغطية الوقاية من الغبار ، واحكام اغلاق الملفات ، على أن يكون الورق أو القماش المستعمل لهذا الغرض غير قابل لتغير لونه .

من المشكلات الكبيرة والمرهقة التى تصادف تنفيذ ارسال الطلبات هى فى تحديد وسائل الشحن فى البلد الذى له خدمة بريدية منظمة ومتسعة وقديرة ، فان المشكلة تنحصر فى الوصول الى قرار بالنسبة للاستعانة بـــالبريد أو (بالنسبة للطلبات الكبيرة) الشحن الانفرادى بالسكة الحديد ، أو بوسائل النقل البرى التجارية . فى الاماكن التى تفتقر الى الخدمة البريدية المنظمة فان على الناشر أن يستخدم أفضل وسائل النبوغ . وبدلا من أن يتجاهل المشكلة فانه يحاول العثور على وسائل ايصال الكتب الى المستهلك بأقل سعر وبأسرع ما يمكن ، مستغلا فى بعض الاحايين وسائل نقل المجلات والجرائد ، أو الاتفاق مع شركات الامنيبوس لنقل الركاب نظير أجر نولون يتقاضونه بصفة استثنائية بوسيلة ما ، فانه يتعين على الناشر أن يكون بعيد النظر ومتقيظا فى ايجاد

وسائل لتحسين وسائل ارسال الكتب الذى ستؤدى على المدى الطويل الى زيادة حجم مبيعاته .

٤ ــ تحصيل قيمة الفواتير

يكاد يكون صعبا لأى شخص فى بلد آخر أن يسدى للناشر نصيحة مفيدة تتناول كيفية تحصيل قيمة الفواتير نظرا لأن الكثير يتوقف على الأحوال السائدة محليا عموما وعلى اتصالاته الشخصية ، والالتزامات التى يقرها قانون العلاقات التجارية فى ذات البلد ، وعلى عوامل أخرى ــ الاشارة الى الملاحظات الواردة فيما بعد بالنسبة للمبيعات الآجلة كعامل وحكمة الصبر والتريث مع العميل الجاد ذى السمعة الطيبة والمعروف أصلا للناشر بسلامة معاملاته بالنسبة للآجال الطويلة بغض النظر عن مشكلاته المالية الحالية .

من الطبيعى أن ترد الطلبات مصحوبة بشتى الظروف وفى كل بلد فمن بعض العملاء الذين يكونون محل ارتياب عند الناشر ـ وطلبات أخرى من بائعى الكتب والذين كانوا محل ثقة فى يوم ما الا أنه ثبت فيما بعد أن معاملتهم يجب ان تكون على أساس قاعدة الدفع عند تقديم الطلب . أو فى البلدان التى تطبق قاعدة (الدفع عند الاستلام) فى نظام البريد حيث تتاح فرصة التحايل فى الحالات غير المعروف فيها قيمة رصيد العميل ، بالنسبة للطلبات الكبيرة المغرية فانه يمكن استعمال حوالة تسدد عن طريق المصرف ، فى بعض البلدان تطبق شركات الطيران الاهلية نظام « الدفع عند الاستلام » .

وفى هذا المقام تجب الاشارة الى البحث الوارد بالفعل رقم ١٧ والذى ريمبولسو) (contrareembolso) ولكن كل هذه الطرق والتى لا بديل لها تشكل مصروفات اضافية وعطلات بالنسبة للتأجيل المنظم لمديونية العملاء الذين أثبتوا احتياجهم لها .

وفى هذا المقام تجب الاشارة الى البحث الوارد بالفصل رقم ١٧ والذى يتطرق الى التعاون بين الناشرين فى التحرى عن الأرصدة القائمة لبائعى

الكتب ، والى الجهد المشترك المبذول ، ليس فقط لتجنب الخسائر التى يمكن ان تتحقق عن طريق الديون الميئوس منها ، بل فى مساعدة بائعى الكتب ذوى السمعة الطيبة فى أن يتمكنوا من الوقوف والصمود بالرغم من افتقارهم الى السيولة المادية المؤقتة .

العوامل المؤثرة فى البيع

بجانب تقييم الكتاب بواسطة الناس خارج اقسام البيع ـ كنوع الكتاب ، وسمعة المؤلف ومدى وطول الموضوع من جهة الوقت ، وشكل الكتاب ، ومدى جذب الكتاب للقارىء ـ فانه توجد سبعة عوامل تجارية أساسية وهامة من الدرجة الأولى :

١ ـ سعر البيع :

لكل كتاب مشكلة تجارية فى حد ذاتها ، كما انه لا يمكن لأى من الخارجين عن هذا الحقل اسداء نصيحة مفيدة فى هذا الشأن تساعد الناشر على تحديد قاعدة الأسعار التى يجب اتباعها فى كل حالة . فى بعض الأحيان اذا بيع الكتاب بسعر ١٠٠ مليم فقد لا يحقق عدد النسخ المبيعة رقما أكبر مما اذا بيع نفس الكتاب بسعر ٥٠٠ مليم ، فى حين انه يمكن مضاعفة عدد النسخ المبيعة لبعض الكتب اذا خفض سعره من ٢٥٠ الى ١٥٠ مليما للنسخة .

ان هناك عنصرا يحدد قرار الناشر فيما اذا كان تخفيض سعر البيع سيؤدى فى تقديره الى زيادة حجم البيع عن الحد الواجب بالنسبة للعملاء المقتدرين ، قد تكون كراسة هندسة ضرورية وهامة جدا كأداة تخصصية ترغم العميل على اقتنائها بأى سعر . ومن الناحية الاخرى فان « القصة » لا تعد أداة ضرورية مع استثناء (طلبة الآداب) وقد يكون هناك تفاوت كبير بين بيعها بأسعار رخيصة أو غالية .

وعادة هناك فكرة فى اذهان الناشرين بالنسبة للعلاقة بين سعر البيع وسعر الكلفة ـ وفى بعض البلدان وبالنسبة لبعض الكتب يطبق سعر

البيع على أساس ستة أضعاف ثمن الكلفة — وفى بلدان اخرى وبالنسبة لفئات أخرى من الكتب يطبق سعر البيع على أساس ثلاثة أو ثلاثة أضعاف ونصف ضعف ثمن الكلفة ، وعلى أية حال فلا يمكن اعتبار البيع منفصلا عن عدة عوامل اخرى اهمها عامل ثمن الكلفة ، ولو انه ليس بالعامل الوحيد الواجب اعتباره .

ان طريقة التسويق قد تحد من ارتفاع السعر الى الحد الأقصى . وعلى سبيل المثال فانه من البلاهة طرح بيع الكتاب بطريقة توسعية وبسعر مرتفع للغاية ، ولكن اذا اتحد المصمم والمنتج بذكائهما الى حسن ادراك البائع فانه فى الامكان تحويل نسخ قليلة من كتاب يباع بسعر مرتفع الى طريقة مناسبة للتوزيع على نطاق واسع وبسعر رخيص ، مع الاستعانة بالقواعد الذى عالجها الفصل رقم ٣ .

علاقة السعر بالخصم :

ان سعر البيع متصل أيضا بمسألة الخصم المنوه عنه فيما يلى تحت الفصل رقم ٢ ، ومن وجهة نظر بائع الكتب فانه يربح ٥٠ مليما من كتاب سعره ٢٥٠ مليما على أساس نسبة ٢٠ فى المائة خصم يتمتع بها ، فى حين أنه اذا بيع نفس هذا الكتاب بسعر ١٠٠ مليم ومنح خصم يصل الى ٤٠ فى المائة من سعره فانه سيربح ٤٠ مليما فقط . أما اذا نظرنا لهذه المسألة نظرة عكسية فلابد للناشر ، ولغرض ارضاء بائعى الكتب ، من رفع سعر الكتاب اذاما قرر منحهم خصما .

الركود

لا يزال عامل آخر متصل بسياسة تحديد سعر البيع ، وهو احتمال بين النسخ ، أو على أسوأ الفروض أن يعجز الناشر عن بيع العديد من النسخ — وكما لاحظنا فى الفصل الثالث فان فى امكان الناشر أن يتوقع سلفا حالة الركود ، وبالتالى مصروفات الانتاج ، وهى عوامل لها تاثير كبير فى قرار تحديد سعر البيع .

السعر المنخفض والأرباح المجزية

ومع أن شجاعة الناشر تظهر بطريقة سليمة ومفيدة من خلال قراره فى تحديد سعر منخفض للكتاب آملا فى اقبال واسع من القراء يؤدى الى تحقيق اجمالى الأرباح ، ومع ذلك فانه من الحماقة تطبيق هذه النظرية على كل نسخة متجاهلا فى ذلك الأسس السليمة الأخرى ، أو التى يمكن جعلها مقبولة ، ولكن اذا أمكن تصريف الأمور الأخرى بالطرق السليمة ـ وخاصة طريقة التسويق ـ فان الناشر سيكون قصير النظر اذا ما تمسك بالطريقة التقليدية القديمة من توزيع نسخ قليلة وبأسعار مرتفعة آملا فى ذلك ازدهار وتوسع تجارته . ان كليهما ـ حسابه المصرفى وشعوره بخدمة وطنه ـ سيحققان منفعة من خلال التطبيق السليم لسياسة الأسعار المنخفضة .

تحديد السعر

ان بحث تحديد الأسعار لابد له أن ينتهى بتحديد السعر ، وهو فى النهاية خلاصة جهود الناشر فى أرقام تاجر التجزئة على البيع للعميل الفردى بالسعر الذى يحدده لا أكثر ولا أقل ٠

وعلى وجه الخصوص ، وفى الأماكن القصية ، فانه من الصعب الحصول على الكتب اللازمة (مثل الكتب المدرسية) حيث المعروف عن بائعى الكتب قيامهم باخفاء المخزون لديهم ثم عرضهم للبيع نسخة فنسخة وبسعر أعلى بكثير عن السعر المحدد . أو يقابل هذا ما يقوم به بائعو الكتب فى المدن الكبرى من تخفيض السعر لمضاربة منافسيهم فى ذلك .

ان الاقتصاديين يختلفون فى الرأى بالنسبة للطريقة الأخيرة فى تخفيض الأسعار ، وقد يكون هذا الخلاف قائما بين تجار الكتب أنفسهم حول ما اذا كانت هذه الطريقة سليمة ـ ولكن الكل متفق على أن رفع الأسعار ضار بتجار الكتب ، ويعد بالتأكيد مهزلة عند ارغام الطفل على أخذ كتاب معين لتثقيفه .

توجد هناك قوانين فى بعض البلدان تمنع تخفيض الأسعار ، ومن العجب الا تكون هناك قواعد قانونية تمنع ارتفاعها ، إنه فى امكان الناشر أن يسهم فى منع زيادة السعر عن طريق :

أ ـ وسائل الدعاية المتعددة فى التنويه بالسعر ، وكذلك فى طبع السعر على كل نسخة .

ب ـ ضمان توريد الكتب وبكميات متساوية لكل منطقة لتفادى أى نقص حقيقى ـ على أن هذه الطريقة قد لا تمنع بعض المستغلين والمتأخرين من بائعى الكتب وفى أى مجتمع من اختلاق أزمة مفتعلة فى عدم توافر الكتب .

ج ـ منح بائعى الكتب خصما اضافيا يساعدهم على تحقيق أرباح مجزية، وذلك عند بيعهم للكتب بأسعارها المحددة .

د ـ أن يمنع فى المستقبل بيع الكتب للتجار الذين يرفعون الأسعار ، وهذا كاجراء عقابى لهم .

هـ ـ فى اسوأ الحالات حيث يمارس جميع الموجودين من تجار الكتب فى اى مجتمع سياسة رفع الأسعار ، المساعدة وتشجيع قيام محلات البيع بالتجزئة والتى ستعامل العملاء معاملة حسنة .

٢ ـ الخصم :

ان أرباح بائع الكتب مصدرها الفرق بين سعر شرائه للكتب من الناشر ومايدفعه عميل التجزئة فى محل بيع الكتب .

فاذا كان كتاب محدد سعر بيعه على أساس ٣٠٠ مليم وقابل للخصم بنسبة ٣٣١/٣٪ فى المـائة فانه فى هذه الحالة يدفع تاجر التجزئة للناشر ٢٠٠ مليم للكتاب ويتبقى له ١٠٠ مليم لتغطية المصروفات وتحقيق الربح .

ان نظام الخصم هو ما يتيح الفرصة للناشر فى توزيع أكبر قدر من الكتب وأكثر بكثير عما قد يحققه نتيجة اجتهاد شخصى ـ ان الخصم فى حد ذاته

يغرى حتى رجال الأعمال الآخرين ، على مساعدة الناشر فى بيع ما ينتجه من الكتب لأجل كسب شخصى .

ان الخصم على العموم يميل الى الارتفاع فى البلاد التى فيها صناعة الكتاب متقدمة ، وذلك مرجعه الى مايلازم أكثر الناشرين خبرة من شعور بأن الفرصة مواتية نحو دفع الغير الى مساعدتهم لتصريف الكتاب فى البلاد المتقدمة وفى بعض الأحيان فان الناشرين يفكرون أولا فى بيع كل مالديهم من كتب بمعرفتهم لتوفير قيمة الخصم ، وعندما تكون الفرصة مواتية لتوسيع الأسواق ، فانهم وعلى كل حال يرون من خلال وضوح الرؤية ان الاستعانة بكل طرق العرض والأماكن الأخرى بجانب محلاتهم الخاصة تحقق أكبر فائدة .

وحتى تكون فائدة الناشر مؤكدة من خلال اقتنائه لتجارة ناجحة فى بيع الكتاب بالتجزئة فى انحاء البلاد فانه يمكن القول بأنه فى بعض الأحيان ينتاب الناشر شعور بأن تجارة بيع الكتاب فى المنطقة الممنوحة هى ملك لتجارة التجزئة فى ذات المنطقة .

وعليه فاذا ماجاءت الناشر طلبية ٥٠٠ نسخة مرسلة اليه راسا من احد المعاهد فان فى مقدوره تحويلها الى تاجر تجزئة فى المنطقة ذاتها . وعلى هذا فانه يخسر جزءا من الربح من هذه العملية (وذلك لمنح الخصم لبائع الكتاب) . ولكنه بذلك يحقق منفعة لتجارة الكتاب وعلى الأمد الطويل ، ولا شك انه فى حاجة الى صديق العمر فى شخص بائع الكتب الذى ادهشه وصول هذه الصفقة اليه .

وبجانب الخصم الذى يمنحه الناشر لتجار التجزئة فانه يسمح كذلك باجراء خصم أكبر لتاجر الجملة والذى يوزع بدوره الكتاب على تاجر التجزئة ، وحتى يسدد مصروفاته ، وكذلك تحقيق ربح يتعين على تاجر الجملة المتمتع بخصم اكبر مما يسمح به هو لبائع الكتب .

كما أن الناشرين يجرون تخفيض لفئة من المشترين (المكتبات ـ رجال التعليم المدارس،) ولأى مشتر يرغب فى شراء عدد كبير من الكتب دفعة واحدة .

يوجد فى العالم موازين مختلفة تتناول مسألة الخصم ، كما تختلف فئات الخصم ، ليس فقط من بلد لآخر ، بل وبين الناشرين انفسهم وفى نفس البلد . كما أنها كذلك عرضة للتغيير من وقت لآخر ، كذلك فانه فى بعض البلدان يوجد أحيانا بين الناشرين تفاهم مخالف للعرف أو حتى اتفاق قانونى يحددون بموجبه فئات الخصم المسموح بها .

وحتى فى بلد واحد كالولايات المتحدة الأمريكية فان القانون يحرم مثل هذا الاتفاق على أساس حماية بائعى الكتب منمناورات الناشرين لرفع الأسعار.

يحاول اغلب الناشرين ، عند اجراء الخصم المقرر ، التفرقة بين أنواع الكتب (كالكتب الدراسية مثلا) فلا يوجد داع لتشجيع او مكافأة بائعيها وهى عرضة للتوزيع الموسمى المنظم ، وبين الكتب الاقل رواجا والتى تشكل مخاطرة لبائعى الكتب . وبالنسبة لهذه الكتب التى تمثل مخاطرة ، كالقصص مثلا ، فربما حققت نجاحا فى البيع لو انها وزعت وعرضت عموما بواسطتهم .

ان الخصم الكلى على النوع الأخير من الكتاب ـ وهذا يتوقف على البلد ـ يتراوح بين ٢٥ فى المائة و ٤٠ فى المائة على الطلبات الصغيرة ويرتفع الى ٤٨ فىالمائة أو حتى اكثر من هذا على الطلبات الكبيرة ، ولكن الخصم القليل على الكتب يتناول مثلا (الكتب المدرسية) حيث لا يتعدى الخصم ٢٠ فى المائة او ٢٥ فى المائة لتجارة التجزئة ، بغض النظر عن حجم « الطلبية » ويمكن منح تاجر الجملة ٥ فى المائة أو أكثر علاوة على الخصم الممنوح لتاجر التجزئة . توجد هناك فئة من الناشرين لا يلتزمون بتطبيق قاعدة خاصة عند اجراء الخصم بالنسبة لتجار الجملة والتجزئة الذين يتقدمون بطلبات كبيرة على أساس أن مثل هذه الطلبات لا يتقدم بها عادة الا تجار الجملة .

وقد يمنح الناشر خصما اضافيا على المبيعات المصدرة لتجار التجزئة فى بلد آخر ، بالاضافة الى عمولة تدفع لوكلاء التصدير .

اما بالنسبة لمبيعات الناشر المباشرة للأفراد أو المعاهد فقد تخضع لخصم مقداره ١٠ فى المائة أو حتى ١٥ فى المائة لرجال التعليم والمكتبات ويطلق عليها (خصم ثقافى) ـ وقد يكون هناك فئات خاصة أخرى ، وكثيرا ما تكون جداول الخصم لبعض الناشرين فى غاية التعقيد حيث لا تكفى صفحتان أو ثلاث لطباعتها . ومهما تكن الحال فان هذا التعقيد غير محبب ولا ننصح به .

يوجد العديد من المسائل الخاصة التى يجب على كل ناشر التفكير فيها عند تحديد جداول الخصم ، وأهم هذه المسائل هى :

ا ـ خصم كاف يغرى بائع الكتب ومغر جدا فيما يتعلق بالكتاب الذى لا يلاقى حركة بيع منتظمة عن مثيله الذى يباع بكل سهولة .

ب ـ عدم التفرقة فى المعاملة العادلة بين بائعين من تجار الكتب اللذين يخوضان حقل المضاربة بالسعر ـ والذى يرغب الناشر فى الاحتفاظ بصداقة كليهما .

٣ ـ البيع بالآجل

بالاضافة الى أسعار البيع والخصم السابق شرحهما يوجد هناك عامل هام مؤثر فى حركة البيع بالآجل . وهو سؤال يطرح نفسه ويتساءل عن طول المدة التى يسمح بها الناشر للبائعين ، مثل تجار التجزئة والجملة ليقوموا بعد انقضائها بسداد قيمة الكتب السابق توريدها لهم .

ان البيع بالآجل له حسناته ، سواء للناشر أو لتاجر الكتب ـ فانه ينشط حركة البيع للأسباب الآتية :

ا ـ يسمح لتاجر الكتب ذى رأس المال البسيط ، أو الذى لديه نقص فى السيولة بطلب الكتب على أمل بيعها وتحصيل قيمتها قبل مبادرته بسداد استحقاقات الناشر .

ب ـ يساعد بائع الكتب الذى يكون مقره بعيدا حيث يستغرق وصول الكتب اليه أسابيع بل شهورا من تقييد رأس ماله .

ج ـ تشجيع تجار الكتب على الاحتفاظ برصيد طيب من الكتب حتى لو أدى هذا الى الانتظار طويلا لبيعها الى الطالبين ـ وعلى هذا الأساس الأخير فكثيرا ما يسمح الناشر بمنح خصم اضافى على الطلبات المشكلة كرصيد كما يسمح بوقت اضافى بالنسبة لسداد ما يباع بالأجل .

تنتظم حسابات الناشر بالنسبة للبيع بالأجل مع مرور الوقت ، وهذا الحساب يؤخذ فى الاعتبار الكلى عند تقدير قيمة الكلفة فى أثناء تحديد أسعار البيع ـ هناك ثلاثة أبواب للصرف مترابطة :

أ ـ عائد رأس المـال المقيد خلال انتظار الناشر تحصيل « فواتيره » .

ب ـ الخسائر الحقيقية الناتجة عن عدم تحصيل الديون .

ج ـ قيمة النفقات الادارية الناتجة عن السماح بتأخير سداد المستحقات ـ ولكن قد يكون سعر البيع مجزيا فى حالة ما اذا كان نظـام البيع بالأجل سـليما .

وتختلف الشروط كلية فى مختلف البلدان ، وفى بعض الجهات فان نظام البيع بالأجل يشكل خطورة بالغة فى الوقت الحاضر عنـدما تتطور تجارة الكتاب وتصبح أكثر ممارسة ، وبالتالى يدرك بائعو الكتب خسائرهم اذا ما أساءوا استغلال ثقة الناشر .

ان نظام البيع بالأجل يصبح مقبولا ـ وتأتى الخطورة الاخيرة ـ وكما هو حاصل فى البلاد الغربية عنـدما يتعاون الناشرون فى الحقل متلمسين الخطوط المقترحة بالفصل رقم ١٧ .

٤ ـ مزايا المرتجعـات

الكتب التى يشتريها البائع من الناشر تمثل نسبة ضخمة فى استثمارات بائع الكتب ، ولكنها ربما ظلت بدون بيع ، وربما انخفض رصـيد موزع

الكتب فى البنك مما قد يشعره بأن هـــذا الاستثمار الممثل فى المخزون من الكتب القديمة يمنعه من استغلال هذه الأموال فى كتب جديدة .

ولذلك يتمنى الموزع أحيانا أن يتمكن من ارجاع بعض هذه الكتب الى الناشر ٠

ومن وجهة نظر الناشر فانه يتمنى أيضا أن تصبح جميع الكتب المبيعة قد بيعت نهائيا وانه ليس هناك أى مردودات منها اطلاقا .

وفى معظم دور صناعة الكتاب يجرى دائما نوع من الموازنة بين مركزى كل من الناشر والموزع ٠

وأحيانا تتحدد قيمة المرتجعات التى يردها الموزع للناشر بنسبة مئوية فى نهاية العام ٠

ولا ننصح باتباع الطريقة التى لا تحدد بوضوح حدود هذه المرتجعات ، سواء بالزيادة أو بالنقص لأنها تنشىء مشكلات معقدة للناشر . وتشكل هذه الصعوبات أكبر المتاعب بالنسبة للكتاب الجديد اذا تصور الموزع أن بامكانه رد أى عدد من النسخ لم يتمكن من بيعها نتيجة تهوره عنـــد طلبها . كما انه سيتحمل نفقات نقلها واعادتها فى كلتا الحالتين .

واذا تعدد موزعو الكتب الذين يسحبون الكتاب نتيجة ذلك التصرف فان الناشر قد يظن أن جميع النسخ قد بيعت ، وربما أمر باعادة الطبع ثم يفاجأ بعد أسابيع تالية بهذه المرتجعات تنهال عليه بعد أن يكون قد صرف أمواله فى تلك الطبعة .

وتشكل عملية المرتجعات خطرا فى الانتاج الواسع للكتب ، اذ تصـــل أحيانا نسبتها الى ٥٠ فى المائة فى بعض الكتب .

وهناك نوع من المرتجعات التى تعتبر قبول الناشر لها منطقيا ، وهى مرتجعات الكتب الدراســـية التى كانت مقررة ، واســـتبدلت بغيرها من

الطبعات المنقحة أو المعدلة . كما ان معظم الناشرين يقبلون ارتجاع الكتب الزائدة التى سبق طلبها خصيصا للعرض فى أماكن العرض العامة .

٥ ــ ترويج الكتاب

هدف الناشر من حملة ترويج الكتاب وتمشيها مع ثقة البائع فى نجاح هذه الحملة بقدر الامكان تلعب دورا هاما فى تحديد طلبات الموزع من هذه الكتب .

والدعاية للكتاب من أدق العوامل التى تؤثر فى المبيعات عن طريق التأثير المباشر أو بطريق تأثيرها فى بائعى الكتب أنفسهم .

وقد نوقش هذا الموضوع فى الفصل التالى .

٦ ــ الخــدمة

كذلك تلعب الثقة التى يرتكن اليها البائع فى الخدمات التى يؤديها الناشر دورا هاما . والمقصود بالخدمات هى دقة تنفيذ طلبات البائع والحرص على تغليفها عند تصديرها منعا لتلفها ، وتفادى الوقوع فى أخطاء عند قيد « الفواتير » أو بوالص الشحن ، ومدى الاستجابة لاخطار البائع أولا فأولا بالكتب الجديدة التى تصدر ، وتقدير الناشر للموزع فى توصيل اعلانه بجدية ، وبصفة عامة ما يشعر به البائع من مدى تجاوب الناشر معه فى تفهم مشكلاته وتقدير ظروفها واحساسه برغبة الناشر فى خدمته قلبيا .

٧ ــ التوقيت

وضع جدول زمنى للكتاب له أثره فى البيع ، فاذا كان انتاج الكتاب سيستغرق سنة كاملة فيجب أن يؤخذ فى الاعتبار حساب الوقت اللازم لاخراج الطبعات المستخدمة فى الحملات الاعلانية للكتاب ، وكذلك يجب مراعاة العوامل الاخرى المتعلقة بالانتاج حتى يتحدد تاريخ نشر الكتاب .

ويرتبط ذلك بتعاون أقسام الانتاج والبيع التى نناقشها فيما يلى .

التعاون مع الاقســـام الاخرى

قسم المبعات الناجح هو الذى يتعاون بتقارب تام مع جميع الاقســـام الاخرى بدار النشر . والعاملون بهذا القسم يجدون مصالحهم مترابطة مع اعمال الآخرين بباقى الأقسام ويجب ان يعملوا ملتصقين بهم كما يتضح ذلك من الأمثلة التالية .

التحرير

اذا لم يقم المسئولون عن أعمال التحرير بانجاز كتب تلقى تجاوبا مع الجمهور فان مهمة رجل البيع تصبح صعبة لتوزيعها .

وفى حقل الكتب الدراسية فان الاتصال المستمر بين رجال البيع ووزارات التربية والتعليم يكون لديهم فكرة عن نوع الكتب المطلوبة .

وعلى مر السنين اصبحت الكتب الدراسية تحمل التطوير الذى ينقله اليها رجال البيع فى دور النشر .

وفى الواقع يعتبر رجل البيع هو المحرك لاعمـــال التحرير حيث يلمس التغيير فى المناهج وطرق التدريس الجديدة ويساعد على فتح آفاق فى الجديد من كتب التدريس .

والمحررون العقلاء هم الذين يستجيبون لآراء رجال البيع ، وكذلك يقيدون رجال البيع بأفكارهم ومحتويات كتبهم حيث يسهلون لهم مهمة تعريف المشترين بمحتوياتها وهكذا .

وفى دور النشر الصغيرة يسهل تبادل الآراء والعناية بما يقيد منها ، أما فى الدور الكبيرة فيجب أن تتخذ الخطوات لايجاد هذا الترابط وتبادل الآراء خاصة ، وان معظم رجال البيع يسافرون بعيدا وأحيانا للخارج ، وقد يبقون فترات بعيدين عن دار النشر .

واحدى وسائل تبادل الآراء هى عقد « ندوات بيعية » حيث يتم عقدها مرتين أو أكثر خلال السنة وتستغرق عدة أيام كل مرة ـــ وحيث يستدعى

جميع البائعين من مراكزهـــم وحتى الذين يرحلون ينظم ذلك خـــلال فترة وجودهم بالوطن .

وفى هذه الاجتماعات يقوم رجال التحرير بعرض الجديد من محتويات كتبهم على رجال البيع . ويشرحون أهدافكتبهم وطبيعتها ونوع القراء الذين يستجيبون لهذه الكتب • وكذلك يوضحون الفرص المواتية للبيع وما تحويه حملات ترويج الكتاب عن واقع المخطوطات التى يطلعون عليها •

ويحاول رجال التحرير اجتذاب تعصب رجال البيع ويصبحون هم بائعين لأفكارهم من محتويات الكتب لرجال البيع .

التصميم والاخـــراج

أشرنا فى الفصلين السابقين الى مصلحة قسم المبيعات فى العمل الذى يؤديه كل من المصمم والصانع •

والمظهر العام للكتاب هو من أهم عناصر ترويجه، وكذلك سعر البيع الناشىء من كلفة الانتاج اكثر من ذلك أهمية .

ولذلك فان مواهب كل من المصمم والطابع تنشئان عنصرا هاما ملموسا من أهم العناصر الاقتصادية التى تعاون البائع على توزيع الكتاب •

والعكس فان المصمم والصانع يرتكنان على ما يدلى به قسم المبيعات من معلومات لامكان اخراج افكارهما .

ولهذا فان مصلحة المتعاملين مع قسم المبيعات ليست فقط فى الحصول على الايراد الذى يحققه ولكنها ايضا لازمة للمصمم والطابع .

وكما سبق أن اقترحنا فان عمليات الطباعة اذا لم يتوصل قسم المبيعات الى طريقة خيالية لتوسيع الأسواق وتوزيع أكبر عدد من نسخ الكتاب ، فانه يكون مســـتحيلا من الناحية الاقتصادية اســـتخدام مشروعات المصمم فى الطبـــاعة .

واخيرا فان اهم النقط التى تهم مصالح رجال البيع ومنتجى الكتب هى الجدول الزمنى للانتاج .

فالكتاب الدراسى الذى لزم لبدء العام الدراسى ، اذا تأخر انتاجه فقد القوة الكافية فى تجارته اذا تم انتاجه بعد ابتداء الدراسة . وكذلك اذا كان الكتاب من التراجم عن حياة أحد السياسيين المرشحين للانتخابات اذا تأخر اصداره فقد قيمته البيعية خاصة اذا سقط المرشح فى الانتخابات وغير ذلك كثير من الأمثلة التى يمكن سردها .

والتوقيت عنصر ضرورى ، ليس فقط بالنسبة لتاريخ النشر ، ولكنه أيضا ضرورى لكى يحصل كل من قسمى المبيعات والدعاية على الوقت الكافى قبل صدور الكتاب للحصول على طلبات الشراء وما يستدعى ذلك من اجراءات خاصة باستصدار أوامر صرف من المخازن وطبع النشرات واعداد برامج الاعلان بالاذاعة وكل ما تطلبه وسائل الاعلان عن الكتاب الجديد .

والتوقيت بالنسبة لاعادة الطبع كذلك ضرورى من وجهة نظر الكتاب المربح فكما هو الشأن فى طباعة النسخة الأصلية . فاذا كانت حملة الدعاية ناجحة فان الكتاب ينشط توزيعه ويباع بكميات ضخمة ، واذا تأخر طبع الكتاب عن الموعد المحدد فان مجرد كلمة واحدة للدعاية تصبح ذات اثر سىء اذا لم تتحقق الكلمات التى قيلت ولم يتمكن الموزع من تحقيق طلبات الشراء ويخيب أمل كل من عمل على انتاجه .

ترويج الكتاب

فى معظم دور النشر يعالج هذا العمل كجزء من أعمال قسم المبيعات ويكون مدير ادارة الاعلان تحت رياسة مدير قسم المبيعات .

وفى الحالات التى يكون فيها قسم الاعلان مستقلا فمن الضرورى أن يكون العاملون بهـذا القسم من اكثر الناس ارتباطا والتصاقا بالعاملين بقسم المبيعات ـ وسنتناول العلاقة بين القسمين فى الفصل التالى .

قسم الحسابات يهتم دائما بقسم المبيعات لأن رجاله هم المنتجون للايراد الذى يغطى المصروفات ، ويعتمد رجال البيع على قسم الحسابات الذى يوافيه من السجلات بالبيانات التى ترشدهم ، الى تحصيل الذممات ولتنظيم حملاتهم البيعية .

بحث الأسواق من واقع سجلات المبيعات

يمكن لقسم الحسابات ان ينقلب الى مركز مخابرات بالنسبة لرجال البيع . ففى امكانه بجانب اعطائه اجمالى المبيعات أو المصروفات ـ الخ عن كل كتاب ، الادلاء ايضا ببيانات عن انتشار الكتاب فى بعض المناطق ، أو فاعلية رجال البيع الاقليميين ومدى توسع أو انكماش نشاط بعض موزعى القطاعى ... الخ .

وبالنسبة لبعض دور النشر الكبيرة أصبح من الميسور استخدام المعدات الالكترونية فى بعض البلاد ـ سواء لغرض الاسراع فى تلبية الطلبات أو لأغراض أخرى منها نقطة تهمنا هنا وهى دراسة الأسواق واعطاء البيانات اللازمة للاستخدام مستقبلا .

ومعظم الناشرين فى البلاد النامية لا يعتبر استخدام المعدات الالكترونية اقتصاديا بالنسبة لهم فى المستقبل القريب حيث ما زالت تقوم الأعمال يدويا أو بواسطة معدات غير متطورة تقوم بخدمة البائعين والمحررين باعطائهم البيانات اللازمة للتخطيط للمستقبل .

والمشكلة أكبر من أن تعالج هنا ، ولكن يمكن الاستفادة من العمل اليدوى مبسطا بطريقة منتجة بدلا من الانتظار لاستخدام الآلات الالكترونية .

فمثلا صورة اضافية بالكربون من كل فاتورة يمكن تسليمها لقسم المبيعات لاستخدامها بطريقة ما . ويمكن استخراج ما يلزم يدويا ولأغراض جغرافية ، او للمواد ، او لانواع المبيعات ... الخ .

كما أنه قد يكون من المفيد أن يستخدم قسم المبيعات المبادىء المعروفة فى دراسة الأسواق وتقدير حجم الأعمال . فاذا افترضنا أن ناشرا من ماليزيا حاول انتاج كتاب عن الرياح الموسمية ورغب المؤلف استخدام خبراء فى الطقس وعلماء آخرين ولكن عندما يتعرض الكتاب عن الحقائق المدمرة التى تسببها الرياح الموسمية فان قسم المبيعات من الواجب عليه أن يسجل فى نسخ الطلبات أن شركات التأمين والمحامين الذى يتناولون قضايا أضرار الرياح الموسمية ويقيمون دعاوى ضد شركات التأمين يظهرون ترحيبا بموضوع الكتاب .

وعلى ذلك فيمكن أن تكون حملة الدعاية موجهة مباشرة بالبريد لهؤلاء المحامين وهذه الشركات .

وبهذه الطريقة يصبح هذا العمل لصالح النشاط ربما لوقت ليس قصيرا ولكنه يعاون الناشر أملا فى الربح . والدراسة الدقيقة للطلبات قد تدفع الناشر لفكرة جميلة تكون سببا فى مبيعات اضافية .

العمل الجماعى فى دار النشر

من السهل أن يعمل جميع الموظفين بدار نشر صغيرة كفريق واحد ولكن فى دار النشر الناجحة تتسع الأقسام وتتعدد وتستقل عندما تخرج للوجود ، مما يجعل الترابط صعبا وفى نفس الوقت يصبح من أهم الأمور ايجاد هذه الصلات بين الأقسام .

ويعانى قسم المبيعات أكثر من غيره عندما تتسع رقعة هذه الصلات أو ينعدم روح التعاون للمصلحة العامة .

والخطر الأكبر الذى يتطرق لأذهاننا يدور حول قسم المبيعات ، ومن ثم عدم قدرته على التعاون مع الآخرين ، ولكن الخطأ أن ننظر لعمله كأهم قسم باعتباره الذى يجلب المال للمنشأة .

وهذا صحيح باعتبار أن باقى الأقسام لا يمكنها الاستمرار بدون المبيعات، ولكن يجب أن يدرك رجال المبيعات ادراكا كاملا ولسلامة المشروع ، أن باقى الأقسام يجب أن تعمل متناسقة معا كفريق واحد .

ولذلك فمن الأمور الضرورية جدا أن يتعاون الجميع بروح صداقة حتى تتكاتف جميع الأقسام لانجاح دار النشر ، والا فلا مناص من كارثة تحيق بهـــا .

الفصل التاسع

الترويج للكتاب : تحضيض الناس على شراء الكتاب

ان لفظ ترويج يتضمن كل الوسائل التى يستعملها الناشر لكى ينبىء العالم أن كتابا ما موجود ، ويجعل الناس يريدون شراءه .

والترويج هو ميدان نشر الكتب ، الذى يأتى فيه الفكر المتخيل والتيقظ والفراهة بأسرع واكبر المكافآت .

ان المحرر قد يحتاج الى سنوات قد تطول وتطول لكى ينشىء مخطوطا انبثق من فكرة خلاقة من لدنه ، ولكن رجل ترويج الكتاب قد يرى فى أسابيع معدودة ، بل فى أيام معدودات ، النتائج السارة البارة لفكرة جديدة ابتدعها عن طريقة اعلان كتاب للجمهور .

والترويج من نوع ما · أيا كان ، هو التزام على الناشر حيال أى كتاب يصدره ، فاذا تقاعس عن اتخاذ خطوات قوية لاعلام الناس بالكتاب ، ولمساعدة القراء المناسبين لذلك النوع من الكتاب على أن يفهموا لماذا ينبغى لهم شراؤه ، فما هو الفرق عندئذ اذا كان المؤلف قد قام بنشر الكتاب بنفسه ؟

والحاجات المطلوبة لترويج أى كتاب على حدة ، تختلف عن حاجات ترويج أى كتاب آخر ·

وليس فى وسع أحد أن يقول ، بصفة عامة ، ما هو بالضبط ذلك المزيج من طرق الترويج الذى ينبغى استعماله لكل الكتب .

ان ميزانية الترويج نادرا ما تكون قادرة على ان تشمل كل الأشياء التى فى الوسع عملها ، بل وحتى بالمقدار اللازم لكل بند من البنود المختارة وفقا للآماد التى يتوق اليها المرء .

لزام على مدير الترويج أن يقرر ، بالنسبة لكل كتاب ، كيفية استخدام المال الموجود المخصص للترويج على أحسن نحو متاح .

وبهذه المناسبة، فمن المعتاد تخصيص ميزانية للترويج الاولى (حوالى ١٠ فى المائة من دخل البيع المتوقع من الطبعة الأولى) والا ينفق أكثر من ذلك حتى يتثبت بالبينة ان الكتاب قد « غمـــزت سنارته » وأن مبيعاته سوف تتجاوز الطبعة الأولى .

وسوف نصف فى هذا الفصل عـــددا من انواع الترويج التى يستعملها ناشروا الكتب فى أغلب الأحيان فى مختلف الدول .

وكل نوع من هذه الأنواع أو الطرق قد تكون نافعة بالنسبة لكتاب معين . والبعض الآخـــر ، وان كانت قيمة لبعض أنواع الكتاب ، الا انها عديمة الجدوى على الاطلاق لغيرها .

ومهما يكن من أمر فثمة ستة بنود للترويج ، من المرجح أن كل ناشر خليق بأن يستعملها لكل كتاب :

١ ــ الرداء أو الغلاف المطبوع للكتاب ذاته .

٢ ــ نسخ التقريظ للصحف والمجلات .

٣ ــ نسخ التقديم لأفراد مختارين .

٤ ــ اخطار وابلاغ أصحاب مهنة الكتب .

٥ ــ اتصالات قسم البيع بالمكتبات والمدارس ، الخ .

٦ ــ الاعلان المطبوع ، على أى نحو .

وسوف نتناول بالتعليق والشرح هذه الطرق الخاصة بالترويج وغيرها • ولكن القارىء ، خليق بأن يفكر ، لا ريب ، فى ممكنات أخرى تناسب بلده بصفة خاصة ، أو نوع النشر الذى يتخذ سبيله .

١ — الرداء أو الغلاف المطبوع

ان رداء الكتاب أو غلافه المطبوع ، قد لا يكون أكثر من لافت « لاصطياد العين » • ولكن اذا تم اصطياد شغف الزبون ولفت اهتمامه ، فهو يريد أن يعرف اكثر عن ماهية الكتاب ، ومن هو مؤلفه ، ورأى جهابذة النقاد فيه ، الخ .

ان اعطاء هذا الضرب من المعلومات هو الذى يجعل صياغة كلمات الغلاف (« الغشاء » كما يسمى فى الولايات المتحدة الامريكية) ذات اسهام هام فى بيع الكتاب •

وكان ثمة زمن ، لا يزال بعض الناس يخشون أنه لم يذهب تماما الى غير رجعة ، عندما كان بعض الناشرين يحسبون أن من السداد وضع عبارات متطرفةعلى « الغشاء » ، مستعملين الصفات الفاقعة اللون والتهاويل البارزة ، ومغالين فى خلع النعوت والسجايا الى أقصى درجات الاسراف ، على الكتاب ومؤلفه .

وبصفة عامة ، فان العبارات البسيطة الأمينة الصحيحة المسئولة هى أحسن وخير ما يتبع فى غشاء الكتاب .

ويمكن أن يقال نفس الشىء بصفة عامة بالقياس الى الرسوم والنقوش الفنية • فعلى الرغم من أن الغرض هو جذب الانتباه للكتاب ، الا أن ذلك لن ينال بالضرورة باستعمال حروف كتابية كبيرة دارجة مبتذلة أو ألوان زاهيـــة مبهرة للبصر .

ان الرسم الفنى ينبغى أن يثير ايحاء أمينا بنوع الكتاب ، تماما مثلما ينبغى أن يصفه ما على الغشاء بأمانة فى كلمات تتسم بطابع ما قل ودل .

٢ ــ نسخ التقريظ

ان الاستعمال الحكيم لنسخ التقريظ خليق بأن يكون واحدا من أحسن وأرخص ضروب الترويج .

ويمكن ارسال نسخ التقريظ للصحف والمجلات ، وكتاب أعمدة الصحف (اذا كانوا يعلقون على الكتب بانتظام ، أو اذا كان لديهم اهتمام بموضوع الكتاب) ، والى أصحاب برامج استعراض الكتب فى الاذاعة والتليفزيون .

على أن قائمة من يتسلمون النسخ ينبغى ان تعد طبعا بكل دقة مقدما،مع الاستعانة بمعلومات ، ليس فقط قسم البيع ، ولكن أيضا (بالنسبة لزوايا خاصة متعلقة بالكتاب نفسه) قسم التحرير والمؤلف ذاته .

ثم تحفظ القائمة ، وبعد طبع الكتاب بفترة قليــلة ، تراجع للتثبت من المصادر التى تنشر تقريظا للكتب فعلا .

وليس من المتوقع أن نجد فاحصا أو مراجعا أو مقرظا ينشر تعليقا على كل كتاب يتلقاه ، ولكن اذا أرسل اليه كتاب بعد كتاب على نحو موصول دون أن ينشر اى تقريظ أو نقد ، فلا جناح من حذف اسمه من القائمة للمستقبل .

ومن ضروب التعاون بين الناشرين المذكورة فى الفصل السابع عشر ، هو الجهد المشترك الساعى لاقناع ناشرى الصحف ومديرى محطات الاذاعة والتليفزيون لتخصيص مساحة اكبر أو وقت أطول لتقريظ الكتب ، اذا لم تكن عندهم هذه الأقسام فعلا .

على أن عدد النسخ المرسلة للتقريظ يتوقف على عوامل كثيرة ، بما فى ذلك حجم البلد ، ونمط لغته ، وعدد وسائل التقريظفى البلد ، ونوع الكتاب ، وحجم النسخة ، الخ .

ففى بلد كبير جدا مثل الهند ، يصدر مطبوعات كثيرة ، وعنده عدد ضخم من السكان يتمين الوصول الى سمعه وبصره ، فان عدد نسخ تقريظ كتاب ما

منشور بالانجليزية لابد أن يكون كبيرا جدا ، لأن اللغة واسعة الانتشار جدا بين قراء الكتب فى طول البلاد وعرضها .

وتنطبق نفس الظاهرة على كتاب بالبرتغالية فى البرازيل .

ومن جهة أخرى فان عدد نسخ التقريظ من كتاب يصدره ناشر هندى باللغة الجيوجيرانية خليق بأن يكون قليلا .

ومن الصعب تصور اى كتاب فى لغة ، يكون فيه عدد نسخ التقريظ المطلوبة أقل من عشر أو اثنتى عشرةنسخة . والعدد المتوقع الطبيعى يتراوح بين ٢٥ و ٢٠٠ .

ولا جناح علينا فى هذا السياق من اضافة كلمة عن كيفية تقاضى محاسبى الناشرين لثمن نسخ التقريظ من قسم الترويج .

فثمة طريقة ، ليس فيها حساب على الاطلاق : ذلك ان عدد النسخ المزمع استعمالها للتقريظ يتقرر قبلا ثم يخصم هذا العدد من مجموع الطبعة عندما يعد قسم المبيعات كم نسخة ستباع ، ومقدار الدخل الوارد منها اذا بيعت .

وعلى هذا الاعتبار ، فاذا كان ثمة مائة نسخة مجانية للتقريظ من كتاب طبع منه خمسة آلاف نسخة ، فان ارقام الدخل تحسب على أساس البيع المزمع لاربعة آلاف وتسعمائة نسخة فقط .

أما فى ظل الطريقة الأخرى لتقاضى ثمن نسخ التقريظ ، فان ميزانية التقريظ تحسب عليها نفقة الكلفة الفعلية للنسخة الواحدة .

٣ ـــ نسخ التقديم

هذه الطريقة الهادفة للترويج ، والتى تشبه الى حد كبير طريقة نسخ التقريظ ، انما هى وسيلة للترويج المجانى عن طريق أثارة اهتمام الأشخاص البارزين ممن لآرائهم وزن عند الجمهور . وعادة ما ترسل نسخ التقديم مع بطاقة شخصية من المؤلف أو الناشر ، وغالبا ما تحتوى التماسا بالتعليق على

الكتاب · والمتسلمون لمثل هذه النسخ ، يمكن أن يكونوا طائفة من بين طوائف عديدة مثل :

١ ـ قادة الرأى العام فى الحياة المدنية أو الفكرية .

٢ ـ العلماء ممن يعتبرون حجة خاصة فى مادة موضوع الكتاب المعين ·

٣ ـ الشخصيات الهامة فى التربية ، أو أعمال المكتبات وأضرابهم ممن يؤثر حسن رأيهم فى الكتاب على من يملكون البت فى اختيار الكتاب ضمن الكتب الدراسية أو ضمن المراجع فى المكتبات ، الخ ·

٤ ـ باعة الكتب الرئيسيين من أصحاب الحول والطول بصفة خاصة ، والذين هم خليقون بأن يكونوا زبائن طيبين للكتاب اذا راق لهم ·

٥ ـ محررو الصحف الذين قد يهتمون بكتابة كلمة أو تعليق على موضوع الكتاب ·

واذا كان اعداد قائمة من ترسل اليهم نسخ التقريظ ينبغى أن تراعى فيه الدقة ، فان اعداد قائمة نسخ التقديم ينبغى أن يكون أكثر دقة حتى لا تتبدد نسخ بلا فائدة .

وينبغى اعطاء اهتمام خاص للاقتراحات التى يقدمها المؤلف فى هذا الصدد ، ذلك أن اقتراحاته خليقة بأن تكون ذات قيمة كبيرة ، وان كان أحيانا يجنح الى اعتبارات الصداقة والالتزامات الشخصية أكثر مما يضع نصب عينيه مقدرة متسلم الكتاب فى الترويج للكتاب وشد أزر بيعه .

أما حساب ثمن نسخ التقديم فيعالج بنفس الطريقة التى سبق وصفها بالقياس الى نسخ التقريظ ·

بيد أن عدد النسخ المخصصة للتقديم يتفاوت تفاوتا كبيرا أكثر من نسخ التقريظ ·

وغنى عن البيان أنه بالنسبة لبعض الكتب ، وقليل ما هى ، فليس ثمة ما يدعو الى نسخ تقديم فى الواقع ، وأما بالنسبة لبعض كتب اخرى فقد يدعو الأمر الى تقديم المئات منها .

وفى بلد كبير زاخر بمكتبات بيع الكتب ، فمن المعلوم أن الناشرين يذهبون الى مدى استعمال ألف نسخة كعينات للقراءة يعطونها لبائعى الكتب عندما يشعرون أن الكتاب يبشر بسوق رائجة اذا شد أزره بائعو الكتب ودفعوا به قدما ، حقا ٠

أما نسخ الكتب الدراسية فتقدم حسب قواعد تختلف اختلافا تاما عن القواعد المتبعة مع كل انواع الكتب الأخرى ، وذلك بسبب « استخدامية » « نسخ الفحص المجانية » للمعلمين الذين يفحصونها بقصد تقريرها فى قاعات الدرس.

وسوف نتناول هذه المسألة بمزيد من الشرح والتفصيل فى الفصل الحادى عشر ٠

٤ ــ الاعلانات التجارية

ليست الاعلانات التجارية وحدات ترويجية تدرج ضمن بند الترويج ، بقدرما هى « لافتات توضع على لوحة اعلان » تقول للملأ من أرباب حرفة الكتب أن كتابا ما وشيك النشر فى تاريخ معين ، بثمن معين ، وبخصم معين من سعر الغلاف .

وبالنسبة لبائعى الكتب اليقظين النشطين ، فان هذا النوع من الاعلام الأساسى هو فى الواقع من الأمر ضرب من الترويج ، لأنهم خليقون بأن يكون رد الفعل لديهم هو طلب الكتاب .

ولكن الاعلام الرئيسى لأهل الحرفة نافع ايضا للرجوع اليه فيما بعد ، لطلب المزيد من الكتب عندما تنفد الكمية الأولى ،وكذلك للاجابات عن الأسئلة التى يسألها الزبائن عن كتاب ما ، دون أن تكون لديهم المعلومات الكاملة عنه .

ومعظم الناشرين فى معظم الدول يصدرون ما يسمى بقائمة « أهل المهنة » ،

مرتين على الأقل فى السنة ، حاوية للمعلومات الأساسية عن كل كتبهم الآتية ، كما أن القائمة تذاع على جميع أهل المهنة برمتهم .

والخطوة التالية بعد ذلك هى « اعلان موسمى » (ويسمى «موسميا» لأن الاعلان يوقت ، وهذا أمر متوقف على العادة الجارية فى البلد المعين ، مع مطلع الربيع أو الشتاء ، وهلم جرا) .

وهذه القائمة هى كتيب صغير فى شكل « كاتالوج » غالبا ما يكون مزودا بالرسوم والشروح ، وهو لا يقتصر على مجرد سرد قائمة الكتب ، وانما يرصعها بالوصف ، كما انه يكون بمثابة المروج الفعلى للكتب المزمع نشرها .

وعلى خلاف « النشرة التجارية » التى لا تذهب فقط الا لأهل المهنة ، فان « الاعلان الموسمى » يستعمل أيضا على أوسع نطاق متاح لكى يرسل بالبريد المباشر على سبيل الاعلام والإعلان . (أنظر القسم ٧ فيما يلى) .

وبالاضافة الى القوائم والنشرات الدورية المزودة بالمعلومات عن قائمة الكتب برمتها ، فان الناشرين عادة ما يصدرون نوعا من الاعلان المنفصل عن الكتب، كتابا كتابا ، مفردة ، ابان طبعها ، أو قبل ذلك بأسابيع قليلة .

ولعل من أهم الملاحق المكملة للمادة المطبوعة التى يرسلها الناشر بنفسه هى السجل المهنى — فى بلد من حسن حظه أن يوجد فيه ذلك النوع من السجل — الذى يحمل قائمة أساسية بكل الكتب الجديدة لكل الناشرين .

وهذا تيسير خاص ينفع بائعى الكتب ، الذين ما عليهم الا أن ينظروا فى جزء معين بالذات من السجل ليحصلوا على المعلومات اللازمة عن كتاب جديد .

وفى بعض الدول ، قد توجد سجلات من هذا النوع تخصص للمكتبات بحيث يستطيع الباحث أن يجد فيها بغيته فى أى مكتبة قريبة منه اذا شاء .

وهنا أيضا ، فان نوع التعاون المنشود ، المذكور فى الفصل السابع عشر ، خليق بأن يتضمن الجهود المشتركة لانشاء سجل تجارة الكتب أو سجل مكتبات اذا لم يكن ثمة هذا وذاك بالفعل .

٥ ـ اتصالات قسم البيع

مهما تبلغ كل الوسائل الترويجية الأخرى من الفلاح والفاعلية ، فليس ثمة بالبديل للاتصالات الشخصية التى يقوم بها ممثل الناشر ، بزيارة بائعى الكتب والمدارس والمكتبات ٠

وقد ينظر الى هذه الوسيلة ، وهذا أمر معقول ، على أنها جزء من عمل البيع الذى سبق وصفه فى الفصل السابع ، أكثر مما هى عملية ترويج ٠ ولكنها فى الواقع من الأمر نوع من الترويج فى حد ذاته .

وعلاوة على ذلك ، فان البائع هو حامل لقطع الترويج المطبوعة التى يضعها فى يد الزبون ٠

وثمة سبب خاص لكى تكون قطع الترويج المطبوعة موجودة فى وقت مبكر ، هو أن تكون فى خدمة البائع عندما يقوم باتصالاته الشخصية وزياراته لمن يعنيهم الأمر .

والأنفع من ذلك كله طبعا ، هو نسخة جاهزة من الكتاب كله .

بيد أن مجرد حجم نسخ العينات من كل الكتب الجديدة فى موسم معين قد تكون فوق طاقة حمل أى بائع .

فاذا كان طبع النشرات الدورية والأغلفة قد أحكم ، وتم تدبيرها وتخطيطها، فان فى وسع البائع أن يحملها معه ٠

ثم هنالك اعتبار آخر ، فلكون البائع قد يكون العضو الوحيد من هيئةموظفى الناشر الذى يزور المناطق القصية ، فهو خليق بأن يكون عظيم العون فى أن يجلب معه المعلومات المفيدة فى توجيه المراحل القادمة من حملة الترويج ، اما عموما واما بالنسبة لمنطقته الخاصة به ٠

ثم ان البائع ، قمين أيضا بأن يناقش ، فى أثناء زيارته أو اتصالاته ، أية أفكار مع بائع الكتب خاصة « بالترويج التعاونى » (انظر القسم ١٦ من هذا الفصل) ، واية اقتراحات عن انسب الأماكن لوضع الاعلانات ، وعن

المحاضرات العامة التى يمكن تدبيرها للمؤلف ، وكذلك النواحى المحلية الأخرى من حملة الترويج .

٦ ـ « مساحة » الاعلان

تسمى « مساحة » الاعلان ، بهذه الصفة ، لأنها تتضمن شراء مساحة معينة فى صحيفة أو مجلة لعمل اعلانات منتظمة عن كتاب معين .

وليس كل كتاب صالحا لأن يستجيب للاعلان بطريقة المساحة المخصصة . وهناك بعض الكتب التى يؤثر الناشر ، بمنتهى صدق النية وسلامة الضمير ، الا يعلن عنها بهذه الطريقة على الاطلاق ، وانما يكرس كل ميزانية حملته الاعلانية للبريد المباشر ، أو اية طريقة أخرى يعتقد أنهـا أجدى لترويج الكتاب من طريقة الاعلان بالمساحة .

وتختلف الظروف اختلافا شاسعا بين الدول فى هذا الصدد ، ليس فقط بالقياس الى عدد ونوع وكيف الصحف أو المطبوعات الواسعة الانتشار من حيث اتساع دائرة القراء ، ولكن أيضا من حيث نوع الناس الذين يقرأونها .

وليس فى وسع أجنبى أو غريب أو خارجى أن يقترح قواعد عامة فى هذا الشأن .

بيد أنه مما يجدر ذكره أن سياسة استعمال طريقة الاعلان بالمساحة من حين لآخر قد تكون احدى طرق تشجيع ناشرى الصحف والمجلات على انشاء أو توسيع أقسام تقريظ الكتب .

وانه لمن الخطل طبعا ، استعمال الاعلان كنوع من الضغط على أرباب الصحف أو المجلات لتقريظ كتب ناشر معين ، ولكن اتخاذ هذا السبيل بصفة عامة كاجراء عملى من قبل كل الناشرين بحيث يكون الاعلان على الاقل ، من حين لآخر ، خليق بأن يعاون الصحيفة أو المجلة على أن تمول ، بوساطة دخل الاعلان ، النفقات التحريرية لقسم خاص بتقريظ الكتب أو نقدها أو عرضها .

وللناشرين الكبار قسم للاعلان يتخذ كل التدابير الخاصة بكل اعلاناته مباشرة ، أو يعهد بها الى وكالة اعلان مستقلة .

أما تصميم الاعلانات وتخطيطها وتدبيرها فقد تقع على عاتق وكالة الاعلان، أو قسم الاعلان الخاص بالناشر أو يعهد بها الى فنانين أو اخصائيين يكونون فى نفس الوقت هم مصممى كتب الناشر ·

الكوبونات (*) : ان الاعلان بطريق الكوبون الذى يملؤه الزبون ويرسله يحتاج الى تنويه خاص .

فمن المعروف أن بائعى الكتب لا يوافقون على نظام الكوبونات فى اعلانات الناشر ، طبعا ، لانها تعنى أن الناشر ينافسهم فى أسعار البيع بالقطاعى ·

ولكن للكوبونات قيمتها بالنسبة « لبحث سوق » الناشر ، لأنها تبين نوع الزبائن الذين يستجيبون ، وتومىء أيضا الى شىء عن قوة الجذب للأنواع المختلفة من الاعلان . ويمكن جعل الكوبونات موسومة بعلامة معينة — فى شكل حرف أو رمز دال على المصدر (صحيفة ، أو مجلة ، الخ) الذى قطع منه الكوبون .

ثمة نقطة أخرى جديرة بالذكر خاصة بالكوبونات فى عملية الاعلان بالمساحة ·

أحيانا عندما تلح الصحيفة أو المجلة على ناشر كتب ليأخذ مساحة اعلانية ، ولكن الناشر يرتاب فى جدواها من حيث استحقاقها للنفقة بالقياس الى عائدها المأمول ، فمن الممكن حينئذ اصطناع تدبير خاص ·

يوافق ناشر الكتاب على دفع مبلغ معين لقاء كل كوبون يرجع اليه ، ومن ثم فان نفقته تكون قليلة جدا اذا أخفق الاعلان فى طلب طلبات كثيرة ، ومع ذلك فان

(*) ليست هذه الكلمة عربية ، وان كانت رائجة فى الاستعمال الدارج ، ولقد آثرناها على الكلمة الفصيحة « شذرات » خشية الالتباس · (المترجم) ·

الصحيفة أو المجلة التى تحمل الاعلان تحصل على دخل أعلى من المعتاد اذا كان العائد (من الكوبونات التى يرسلها القراء فى طلب الكتاب المعلن عنه) طيبا ٠

(وفى ظل هذه الخطة فان الكوبونات ترسل ثانية باسم الصحيفة أو المجلة ، ثم بعد ذلك الى ناشر الكتاب بعد عدها) ٠

وثمة طريقة أخرى من نفس النوع من التنظيم التجارى ، وهى طريقة جعل الصحيفة أو المجلة تقوم بعمل بائع الكتب ٠ أى ان ناشر الكتاب لا يدفع شيئا مطلقا لمساحة الاعلان ذاتها ، وانما يعطى الصحيفة أو المجلة خصما كبيرا على نسخ الكتب التى تشتريها الصحيفة أو المجلة لتلبى الطلبات التى تأتى اليها عن طريق الكوبونات ٠

٧ ــ الاعلان بالبريد المباشر

هذه الطريقة الخاصة بالاعلان ، مباشرة بالبريد للزبائن ، ليست واسعة الانتشار فى معظم الدول النامية(*) ، ومرد ذلك ، جزئيا ، الى نقص فى كفاية بعض النظم البريدية ، وكذلك بسبب صعوبة وثمن تحويل المال بالبريد .

بيد أنه ، حتى فى الوقت الراهن ، فان للطريقة امكانات متاحة ، وهى تبشر بالكثير بالنسبة للمستقبل ٠

وكلما تحسنت الوسائل والطرائق ، فان هذه الطريقة يمكن استعمالها الى حد ما ، بالنسبة للكتب ذات الجاذبية الشعبية الواسعة .

بيد أن أكبر استعمال طبيعى لطريقة البريد انما يتعلق بالكتب الخاصة بجمهور معين بالذات ، أى بطائفة خاصة من القراء ، ومن ثم فمن الخسارة وتبديد الوقت والجهد والمال اتباع هذا الضرب من الاعلان العام بلا تمييز ٠

(*) من الطريف فى هذا الصدد أن احد مترجمى هذا الكتاب ، اقترح هذه الطريقة على ناشره فى كتاب « التسول الاخلاقى » ، وكانت مغامرة انتهت بخسارة ثلاثين نسخة من مائة ، مما جعل الناشر يحجم بعد ذلك عن اتباع هذه الطريقة اتباعا للحكمة العربية القديمة « عصفور فى اليد .... » . (المترجم) .

وأحيانا ينوه بالفرق بين طريقة البريد المباشر وطريقة الاعلان بالمساحة ، بالقول بأن النشرة الدورية المرسلة بالبريد المباشر الى قوائم عناوين مختارة بكل دقة انما تشبه طلقة البندقية ، المصوبة تصويبا مباشرا الى الهدف ، فى حين أن الاعلان بالمساحة يشبه « بندقية الرش » ، التى لا تصوب تصويبا مباشرا سديدا ، وانما تغطى مساحة شاسعة من النار ، بحيث انها لابد أن تصيب بعضا من الأهداف ، على أية حال ، على الرغم من عشوائيتها .

ولنضرب مثلين : كتيبا طبيا متخصصا ، خليق بأن يؤتى أكله ويفلح ، يقينا ، من طريقة طلقة البندقية ، فى حين أن قصة مرجوة الرواج واثارة الشغف عند اى مغرم بالأدب ، تتطلب طريقة « بندقية الرش » .

والعنصران الأساسيان فى حملة البريد المباشر هما :

أ ـ النشرة الدورية ، أو أى قطعة مطبوعة يتقرر ارسالها بالبريد ·

ب ـ قائمة الاسماء التى ترسل الى أصحابها ·

وينبغى تخطيط الأمرين متصلين احدهما بالآخر . ذلك أنه ليس فقط نوع القائمة ، وانما أيضا حجمها خليقان بأن يؤثرا فى تصميم النشرة الدورية .

وفى الواقع من الأمر ، فانه اذا كانت القائمة صغيرة جدا ، وكان الكتاب موضوع الاعلان هو الكتاب المناسب تماما للجمهور الخاص الذى يؤلف طائفة القائمة ، فقد يكون من الأوفق والأوفر استعمال الرسالة الشخصية بدلا من النشرة الدورية المطبوعة . أو ربما بالاضافة اليها .

قوائم الأسماء : يستطيع الخيال الذكى فى جمع قائمة الأسماء أن يؤتى اكله أضعافا مضاعفة . ومن بين المصادر التى يمكن استعمالها لاختيار الأسماء والعناوين ، نوجز ما يلى :

١ ـ العملاء السابقين لدار النشر (خصوصا ، كما هو مقترح فى الفصل الثامن ، اذا كانت الاسماء قد تم فرزها لبيان أنواع الكتب التى يهتمون بها) .

٢ ــ المعلمين والأساتذة وغيرهم من ذوى المهن المتخصصة الذين يعملون فى الميدان الذى يعالجه الكتاب .

٣ ــ أمناء المكتبات ، ونظار المدارس ، وبعض موظفى الوزارات وغيرهم من المهتمين بمجال واسع من الكتب .

٤ ــ قوائم عضوية الجماعات ، والرابطات المهنية ، الخ ، فى ميدان الكتاب .

٥ ــ قوائم المشتركين فى المجلات ، أو (وهذه ليست ذات قيمة كبيرة ، ولكن على الأرجح يمكن استئجارها من المجلات) ، قوائم المشتركين السابقين .

٦ ــ قوائم خاصة يعدها المؤلف بخط يده ·

الكوبونات : ان النشرات الدورية بالبريد المباشر تتضمن عادة كوبونا لكى ينزعه العميل ويرسله ثانية الى الناشر ، طالبا نسخة من الكتاب ·

ولا يمكن تخفيف سخط بائعى الكتب على الكوبونات (وهى الظاهرة التى سبق ذكرها فيما يتعلق بالاعلان بالمساحة) الا جزئيا ، وذلك بأن تتضمن كل نشرة دورية كلمة على غرار « اطلب الكتاب من المكتبة التى تتعامل معها ، أو اذا لم تكن هذه موجودة ، فاستعمل الكوبون الموجود فى أسفل النشرة » ·

ان ما يبتغيه بائعو الكتب حقا هو ذكر اسم محل بيع الكتب بدلا من اسم الناشر ، خاصا بعنوان الرد ، وهذا أمر يمكن تدبيره ، على الأقل بالنسبة لمجال بيع الكتب الكبرى ، وفقا لخطة « الترويج التعاونى » المشروحة فى القسم السادس عشر من هذا الفصل .

النسيئة : من بين العوامل التى جعلت الاعلان بطريقة البريد المباشر ، نافعة جدا وفعالة جدا فى بلاد مثل الولايات المتحدة الأمريكية ، هى انشاء تقليدالبيع الواسع الانتشار بالبريد بدون طلب الدفع مقدما · بيد أن ثمة تعديلا لطريقة البيع الكامل بالنسيئة · فعلى الرغم من طلب الدفع الفورى مقدما ، الا أن البيع

يمكن أن يكون على أساس « عند الموافقة » مع وعد « باعادة الثمن فورا اذا لم يحظ الكتاب برضاك تماما » .

وعلى أية حال فان الاعلان بطريقة البريد المباشر ، له امكانات واضحة ، ولكن ليس من المعقول توقع نتائج كاملة فى بلد ـــ بسبب ان تقليد الطلب بالبريد مع الدفع بالنسيئة لم يتطور بعد ـ فانه يتعين على الزبون أن يجد طريقة ما لارسال القسط المقدم قبل أن يستطيع طلب الكتاب .

التاثير غير المباشر للاعلان بالبريد المباشر : ان الفكرة الرئيسية للاعلان بالبريد المباشر كانت البيع الفعلى للكتب بالبريد . ولا يزال ذلك هو الغرض الرئيسى للناشر بالنسبة لأنواع كثيرة من الكتب ، عندما يرسل نشرات دورية . فهو يتوقع أن تأتيه الطلبات مباشرة . ولانه عادة ، لا يضطر الى السماح بأى خصم على هذه الطلبات الفردية ، فان ذلك خليق بأن يكون عملا مربحا .

وكثير من الناشرين يرتأون أنه اذا طلب الكتب ٢ فى المائة أو ٣ فى المائة من الناس الذين يتسلمون النشرات الدورية فانهم سوف يغطون ما هو أكثر من نفقات البريد ، وأن كل ما يتجاوز ذلك انما يمثل ربحا طيبا حقا .

ولكن يجب ألا نغفل أنه بالنسبة لبعض أنواع من الكتب ولبعض أنواع من الأسواق ، فان الاعلان بالبريد المباشر له فعاليته ، حتى على الرغم من أن معظم المشترين يقصدون محال بيع الكتب بدلا من أن يطلبوها بالبريد من الناشر .

(والمسألة هامة بصفة خاصة طبعا ، فيما يتصل بالتعليق المذكور آنفا عن الفعالية الضئيلة للبيع بالبريد المباشر عندما يكون تقليد ارسال الكتب للافراد بنظام الدفع بالنسيئة ، أو عند الموافقة ، لم يرسخ بعد) .

ثمة طائفة من الناس يعتبرون زبائن طبيعيين لشراء الكتب من محال بيعها ، ونادرا ما يشترون الكتب بالبريد . ومع ذلك فان نشرة دورية ذكية خليقة بأن تحضهم على الذهاب الى محل بيع الكتب وشراء الكتاب المعلن عنه ، الأمر الذى يؤدى فى النهاية الى المزيد من طلب ذلك الكتاب من محال بيع الكتب .

وعلى أية حال فان الاعلان بالبريد المباشر يعتبر من أحسن الطرق المثيرة للحديث عن كتاب ما ، وانه لمن المتفق عليه عموما أن الدعاية بالكلام من أقوى ضروب ترويج الكتاب ·

٨ ـ الراديو والتليفزيون

ان المحاضرين والمعلقين ومقرظى الكتب فى البرامج الاذاعية ، فى وسعهم أن يكونوا عونا كبيرا فى جعل المستمعين والمشاهدين يرغبون فى شراء الكتاب ، وكذلك فى اضافة عنصر جديد الى الترويج بالكلام ·

ويمكن أيضا استعمال الراديو والتليفزيون فى الاعلان المأجور فى البلاد التى يسمح فيها بالاعلان بواسطة نظام الاذاعة ·

بيد أنه ليس لدينا من البيانات أو المعرفة الكافية عن مدى فعالية هذه الطريقة من الاعلان فى البيع الفعلى للكتب .

وفى وقت ما جنح الناشرون فى البلاد الغربية الى التفكير فى أن الراديو والتليفزيون ، وان كانا صالحين للاعلان عن سلع أخرى ، الا أنهما غير صالحين لترويج الكتب ·

والسبب فى ذلك ، لم يفهم تماما ، وان كان عدد كبير من النظريات انبثق لتفسير هذه الظاهرة ، وكلها ترتبط عادة ، على نحو ما ، بحقيقة أن جمهور الاذاعة يشمل عددا كبيرا من الناس لا يهتمون بالكتب حتى اذ لم يكونوا من الأميين .

وفى اى بلد تكون نسبة محو الأمية منخفضة ، فان نسبة الأميين لابد أن تكون طبعا عالية ، ومن ثم فان مقدارا كبيرا من المال المنفق على الاعلان بالراديو ، لابد أن يعتبر من قبيل التبذير أو الاسراف بلا مسوغ . والشىء الذى لا نعرفه بعد ، هو هل ثمة مسوغ لكلفة الاعلان بالراديو يستند الى غير الأميين الذين يبلغهم الاعلان بوساطة هذه الوسيلة ؟

٩ ــ الاعلانات الكبيرة (اعلانات اللصق)

ان الاعلانات الكبيرة المطبوعة ، والتى غالبا ما تكون مطابقة لتصميم الغلاف أو للنشرة الدورية الخاصة بالكتاب ، تعطى أحيانا لمحال بيع الكتب ، وتوضع فى أماكن ظاهرة لجذب الانظار ٠

ولا يمكن أن يكون الاعلان الملصق كبيرا جدا لأن معظم محال الكتب تفتقر الى المساحة الكافية . ومن جهة أخرى ، اذا كان الاعلان صغيرا جدا ، فليس من المحقق اذا كان الاعلان اكثر فعالية ، بأى حال من الأحوال ، من صف مرصوص من نسخ الكتاب ذاته .

ان معظم الناشرين يشعرون أن الاعلانات الملصقة ، اذا كان لها مايسوغها على الاطلاق ، لا يمكن أن تستعمل استعمالا اقتصاديا الا فى عدد قليل من الحملات الترويجية فحسب ٠

يقينا ، ان الاعلان الملصق ليس واحدا من البنود التى تخطط أوتوماتيكيا لكل كتاب ٠

١٠ ــ المعارض

ان المعارض من أشق الأمور وأكثرها ازعاجا واقلاقا فى تخطيطها وتسيير دفتها ــ بل هى تفوق فى ذلك كل ما يمكن أن يتصوره أى شخص خارج ميدان الكتب ٠ ولكن معظم الناشرين يحسبون انها تمثل نوعا هاما من الترويج لمجموعات من الكتب ٠

وما لم تكن ثمة ظروف غير عادية الى أقصى حد ، فليس من الاقتصاد ولا من حسن التدبير اقامة معرض لكتاب أوحد ٠

ولكن اذا كان المعرض يتصدى لعدد كبير من الكتب ، فمن السهل تسويغ النفقة والازعاج .

ومن أسباب الاعراض عن المعارض صعوبة قياس قيمتها الترويجية قياسا

مضبوطا . وكل امرىء يتفق على أن المعارض مفيدة ، ولكن ليس فى وسع اى امرىء أن يقول الى أى حد ؟

وثمة معارض ذات أنواع كثيرة مختلفة .

وأعظم معرض كتاب فى العالم هو معرض كتاب فرانكفورت فى ألمانيا ، الذى يعرض فيه ناشرون من دول كثيرة ، بضاعتهم . بيد أن هناك أنواعا كثيرة أخرى تتفاوت كما وكيفا الى المناسبات المحلية الصغيرة مثل اجتماع للمعلمين أو أمناء المكتبات أو الأطباء أو المهندسين فى جزء من بلد ما .

وأنواع الكتب المختارة للعرض تتفاوت طبعا وتختلف طبقا لجمهور الناس الذين يتوقع أن يشاهدوها .

وفى المعارض الكبيرة جدا ، فمن المجدى حقا ، فى كثير من الأحيان ، طبع كتيب يحتوى قائمة الكتب وصيغة لطلب الكتاب .

ومن نواحى ادارة شئون المعرض التى يطلق عليها على سبيل المجاز « التدبير المنزلى » ، ما يتعلق برفوف العرض والخزانات الزجاجية ، الخ .

وان أى ناشر أو جماعة من الناشرين من الذين لا يكفون عن اقامة المعارض ، ليجدون أن من الاقتصاد والتدبير انشاء عتاد أساسى يمكن حله وفكه وطيه وتركيبه وشحنه ونقله لكى يتسنى استعماله مرة بعد مرة دون حاجة الى انشاء جديد فى كل مرة .

وثمة مشكلة أخرى من مشكلات « التدبير المنزلى » ، هى مجموعة الكتب الباقية بعد انقضاء أجل المعرض وحزمها وربطها لاعادتها ثانية الى مستودعها الرئيسى .

واحدى وسائل حل هذه المشكلة هى الاتفاق مع أحد باعة الكتب ، قبل المعرض ، على أنه سوف يأخذ كل الكتب المعروضة ، فى النهاية ، بتخفيض ستين فى المائة من سعرها ، ومن ثم يوفر نفقة حزمها وربطها ونقلها ، وخصوصا أن النسخ المعروضة كثيرا ما تتداولها الأيدى وتفقد شيئا من

جدتها . ثم ان الناشر يعفى نفسه من التصدى لكل تلك العمليات فى بلد قد يكون نائيا عن مقره الرئيسى .

ولقد جرت العادة ايضا فى بعض المعارض (ومعرض كتاب فرانكفورت واحد منها) على السماح للأفراد بشراء الكتب من المعرض نفسه بنصف الثمن فى آخر أيام المعرض .

وبهذه المناسبة ، فان بعض المعارض تجمع بين البيع والعرض بانتظام ، وان كان ذلك مما يحرمه بعض القائمين على شئون المعارض ·

١١ ـ النشر (بمعنى الاذاعة والاعلان)

مهما دبرت وخططت ورسمت كل الضروب الأخرى من أنواع الترويج ، فينبغى دراسة كل كتاب جديد من حيث امكان الكتابة عنه فى الصحف · فاذا كانت أخبار الكتاب مثيرة للاهتمام بدرجة كافية ،فان الناشر خليق بأن يحصل على ترويج بالمجان نافع بهذه الطريقة · وقد تكون القصص التى تكتب عن الكتاب مرتبطة بموضوع الكتاب ، أو بحقائق عن سيرة المؤلف نفسه ـ أو ، وهذا أفيدها كلها ـ تنصب على حقيقة مدهشة يحتويها الكتاب ، وفيها عنصر المفاجأة ، اذ لم يسبق للجمهور معرفتها ·

وجميع دور النشر تتبع قاعدة أن كل كتاب جديد ينشر ، ينبغى أن يقترن ببيان خاص به بمثابة موجز للتعريف بالكتاب ، وهو عادة ما يكون صفحة منسوخة بالآلة الكاتبة ترسل الى الصحف والمجلات ، ومقرظى الكتب ، ومحال بيع الكتب ·

وفى وسع الصحف والمجلات التى بها أقسام كبرى للكتب ، بما فى ذلك « بند الكتب » ، وكذلك بحوث الكتب ، أن تستعمل المادة الموجودة فى ذلك البيان التعريفى ، سواء أدرجت ضمن برنامج تقريظها المنظم ، فيما بعد ، أم لا ·

١٢ ـ الجوائز

بعض الكتب تعتبر من الترويج الناتج الجوائز التى تمنحها لها منظمات

أخرى ، مثل جائزة نوبل ، وجوائز آدمجى فى الباكستان ، والجائزة القومية للكتاب فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وجوائز اليونسكو فى الدول المختلفة .

وفى بعض الدول ، توجد مئات فعلا من جوائز الكتب كل عام ، والناشر اليقظ قمين بأنيحاول اقتفاء اثرها ، ويتأكد أن كل كتبه من الأنواع الصالحة تحظى بالاعتبار ، وفى نفس الوقت يكون دائما مستعدا لتثمير امكانات الترويج التى تنتج من منح الجائزة لكتبه ، فى الاعلان ، اذا ربحت كتبه ونالت الجائزة .

بيد أن هناك نوعا آخر من الترويج الذى يستعمله الناشرون فى استغلال الجوائز ، فقد يمنح الناشر نفسه الجوائز ، مثلا ، لمقال يكتبه أطفال المدارس عن موضوع الكتاب ، أو يصطنع نظام جوائز آخر يجذب اهتمام الجمهور الذين يتعين عليهم معرفة الكتاب لكى يتنافسوا فى الحصول على الجائزة ٠

والناشرون أيضا يمنحون جوائز لمؤلفى مخطوطات لا تنشر كما سبق أن أشرنا فى الفصل الرابع ، وان كان هذا التدبير غالبا مايكون لتشجيع المؤلفين الذين يبشرون بالنجاح والفلاح لكى يقدموا كتبهم أكثر مما هو ترويج فعلى للكتب التى تم اختيارها أخيرا ٠

١٣ ـ النشر فى المجلات

ان أجزاء من الكتاب ، وخصوصا اذا لم يكن من القصص ، يمكن أن تستعمل كمقالات فى مجلة أو صحيفة قبل نشر الكتاب .

وبصفة أخص ، اذا أصر المؤلف على لمحة تنوه بأن المقال كجزء من كتاب آت (مع النص على عنوان الكتاب والناشر) فان ذلك خليق بأن يكون نافعا جدا ٠

ولقد أتى زمن كان الناشرون فيه يعرضون عن نشر بعض أجزاء كتبهم فى الصحف أو المجلات مقدما قبل نشر الكتاب ، ولكن الرأى العام اليوم يرى أنه اذا توخينا القصد وعدم الافراط فى هذا الصدد ، فان ذلك خليق بأن يجذب الانتباه الى الكتاب المقبل فى دوائر قد لا يصل اليها الاعلان الطبيعى المعتاد ٠

وعادة ما يتوقع من ناشر المجلة أو الصحيفة أن يدفع مبلغا من المال فيمقابل استعمال المادة المستقاة من الكتاب ، سواء أكان الاستعمال قبل نشر الكتاب أم بعده . وطبعا لا يكون الاستعمال الا باذن ، على الأقل فى الدول التى يحمى القانون فيها الحقوق الأدبية .

أما اقتسام أى أجر تدفعه المجلة أو الصحيفة فى مقابل استعمال أجزاء من الكتاب ، بين المؤلف والناشر ، فذلك أمر يحدده العقد المبرم بينهما ، كما هو وارد فى الفصل الثامن عشر .

١٤ ـ محاضرات المؤلف وظهوره شخصيا

اذا كان المؤلف شخصا ذا شهرة قومية ذائعة الصيت ، فان ظهوره كمحاضر أو محدث فى الاذاعة ، أو ضيف شرف فى حفل عشاء أو حفل استقبال ، يمكن أن يكون ذا قيمة كبرى .

على أن الظهور الشخصى قد لا يبيع الكتب مباشرة ، ولكنه خليق بأن يكون مددا نافعا يشد أزر الأنواع الأخرى من الترويج ، وخصوصا الاعلان فى الصحف أو أحاديث الناس عن الكتاب .

ولا جدال فى أن الظهور الشخصى للمؤلف فى « حفل التوقيع باليد » تحت رعاية صاحب مكتبة ، يعتبر واحدا من ضروب « الترويج التعاونى » الواردة فى القسم السادس عشر فى السياق اللاحق .

وثمة نوع خاص من الظهور الشخصى يكاد يكون من المؤكد أن يظفر بالتنويه الواسع فى الصحف ، هو ما يحدث عندما يذهب المؤلف بنفسه لتقديم مؤلفه الجديد الى رئيس الوزراء او أحد قادة الرأى أو الحكم من مشاهير البلد .

١٥ ـ ترويج مجموعات من الكتب

عندما تكون دار النشر فى مستهل حياتها ، وعدد الكتب التى أصدرتها قليلة نسبيا ، فمن السهل (وان كان ذلك غالبا) أن يتولى الترويج والدعاية لكل الكتب ، واحدا واحدا ، التى نشرتها المؤسسة حتى آنئذ .

ولكن بمجرد أن تبدأ القائمة فى الازدياد ، فمن المفيد اتخاذ سبيل الترويج الجمعى لأنواع خاصة من الكتب ، طائفة طائفة . ومن ثم فلا بأس بالاعلان بالمساحة مع سرد عشرة كتب ، أو ربما أكثر ، عن موضوع واحد ، مثل الطب أو القانون ، أو نشرة خاصة تبين كل الكتب الخاصة بالقراءة الاضافية للأطفال ، الخ .

وفى هذه الحالة فان حساب نفقة اى كتاب على حدة يكون قليلا نسبيا ، لأن الحساب الاجمالى يقسم عليها جميعا ، ومع ذلك فان الأثر الكلى فى المشترى المأمول الذى عنده اهتمام بذلك الميدان ، يمكن أن يكون قويا جدا .

(ان مثل هذا الترويج الجمعى له قيمة تحريرية ايضا حيث انه يلفت الانتباه الى دار النشر لمؤسسة ذات اهتمام خاص بالميدان المعين موضوع الاعلان ، ومن ثم فهى دار خليقة بأن يفكر المؤلفون الجدد فى ذلك الميدان بأن يقدموا اليها مخطوطاتهم) .

وثمة بند من بنود الترويج الجمعى ، يعتبر غاليا وليس « أداة بيع » فى حد ذاته ، الا انه مع ذلك لازم من حين لآخر أن لم يكن فى كل عام . ذلك هو « الكاتالوج العام » الذى يحتوى قائمة بكل الكتب التى نشرتها دار النشر والتى لا تزال طبعتها موجودة لم تنفد .

وهذا الكتالوج له قيمة كبرى بالنسبة لأمناء المكتبات ومحال الكتب ، ثم ان تكاليفه يمكن تسويغها كجزء من خدمة الناشر لأولئك الزبائن الصالحين ، حتى اذا لم يخلق الكتالوج العام فى الواقع من الأمر مبيعات جديدة ، فى حد ذاته .

ثم انه طبعا ، سبيل للمساعدة فى المحافظة على مبيعات الكتب الاقدم المبينة « على ظهر الغلاف » كما هو مذكور فى الفصل الرابع .

وفى البلاد التى تصدر فيها قوائم القراءة المتدرجة (تصنيف الكتب حسب السن أو مستوى القراءة) ، فان من راى المعلمين وأمناء المكتبات ان هذه القوائم هى أنفع الكاتالوجات العامة طرا .

١٦ ـ الترويج التعاونى

ان التعاون بين الناشرين وبائعى الكتب فى ترويج أى كتاب ، خليق بأن يؤتى أكله بطرق كثيرة .

فأولا ، الاسهام المشترك فى اهتماماتهم وأرباحهم فى مشروع ما نفذوه معا ، خليق بأن يفضى بصفة خاصة ، الى صداقات وثيقة وعلاقات عمل طيبة سارة بارة فى المستقبل . ولكن بصرف النظر عن ذلك كله ، وفوق ذلك كله ، فان السبيل خليق بأن ينتج رواجا فى بيع الكتاب ٠

ويمكن لبائعى الكتب والناشرين أن يتعاونوا فيما يتعلق بالاعلان بالمساحة فى الصحف والمجلات التى تخدم منطقة سوق بائعى الكتاب .

وبموجب هذه الخطة ، فان الناشر يوافق على أن يدفع نصف تكاليف الاعلان بالمساحة الذى يدبره بائع الكتب ٠ ان الاعلان يظهرفوق اسم بائع الكتب ، ولكنه يقتصر على كتاب الناشر المعين دون غيره ٠

وعادة ، يكون ثمة اتفاق على الحد الأعلى الذى ينفق بهذه الطريقة ، من جهة كل شريك .

وثمة سبيل آخر من سبل الترويج التعاونى ، وهو يتضمن البريد المباشر .
فالناشريوافق علىطبع نسخ من نشراته الدورية بالبريد المباشر ، عليها اسم بائع الكتب وعنوانه مكتوبا على كوبون الرد ٠

فالناشر يقدم النشرات الدورية مطبوعة بهذه الطريقة ، وبائع الكتب يرسل النشرات الدورية بالبريد لزبائنه المدونين فى سجله الخاص ، وكذلك للمكتبات وغيرها من المؤسسات المشترية فى منطقته .

بيد ان طبع اسم بائع الكتب وعنوانه ليس أمرا ممكن الاجراء او التنفيذ الا اذا كان عدد النشرات الدورية التى سوف يستعملها كبيرا بدرجة كافية .

ولكن ، ابتغاء مساعدة بائعى الكتب الصغار ، فان الناشرين كثيرا ما يطبعون عددا معينا من النشرات الدورية عليها فراغ يترك خاليا مكان العنوان ،

بحيث يستطيع بائعو الكتب الصغار أن يضعوا أسماءهم فى المكان الخالى بالختم المطاط ·

وأحيانا يتقاضى الناشرون أجرا رمزيا عن كل الف نشرة دورية يقدمونها ، لا لشيء الا على سبيل الحذر خشية الطلبات المستهترة غير المسئولة من قبل بائعى الكتب .

والتعاون مع بائعى الكتب نافع الى أقصى حد فى تدبير المحاضرات أو المناسبات الشخصية لظهور المؤلفين ، وفى تدبير برامج الراديو والمحاضرات العامة ، وفى كثير من الأمور التى من هذا القبيل .

ان معرفة بائع الكتب بمنطقة سوقه ، مكمل عظيم القيمة لمعرفة ناشر الكتاب وصلاته التى ، وان كانت أعم وأشمل ، الا أن ما تضيفه اليها معرفة بائع الكتب تشد من أزرها بحيث يكون بعضها لبعض ظهيرا .

١٧ ــ الخيال الخلاق وحماسة التوقيت

كثير من الناس يرون أن الترويج هو ألذ وأشهى وأمتع من أية ناحية أخرى من نواحى عمل نشر الكتب ، ومرد ذلك الى وجود عدد متنوع مختلف من السبل والطرائق ، مما هو خليق بضروب شتى من الغبطة والرضا فى اكتشاف فرص جديدة تدعو الى اهتبالها واغتنامها بكل يقظة وانتباه وخفة فى أوانها ·

ولقد قدمنا فى هذا الفصل طائفة من أكثر ضروب ترويج الكتب ، رواجا بين أهل المهنة ، ولكن هناك كثيرا غيرها سبق أن جرب فى الماضى فى بلاد مختلفة ·

ولايزال فى وسع مدير الترويج الذكى المبدع ، صاحب الخيال الخلاق ، أن يخترع غيرها مثل اللافتات على عربات الترام والحافلات ، والشرائح المصورة على شاشة السينما ، ونوافذ العرض فى مداخل المسارح ، وعلى بطاقات أو برامج مباريات الكريكيت أو كرة القدم ، وهلم جرا ·

ومن طريق ما يذكر فى هذا الصدد ، أن مدير الترويج لاحدى دور النشر

ابتكر طريقة فذة فى الاعلان ، بأن جعل اثنتى عشرة عارضة من عارضات الأزياء الجميلات الفاتنات يرتدين أجمل الأثواب الأخاذة ، ولا يفعلن شيئا سوى أن يسرن فى أماكن تجمعات الناس ، وكل منهن تحمل نسخة من قصة جديدة ، وقد برز عنوانها ، مما قيد من المشاهدين ابصارهم .

ولعل تلك البدعة كانت أكثر جدوى من حيث تسلية الجمهور ، منهابالنسبة لبيع الكتب ، ولكنها على الأقل بدات نوعا من الدعاية بالكلام من جراء طرافتها وجراتها .

وأيا ماكانت الطريقة ، فالقاعدة العامة لترويج الكتاب هى المبدأ الحربى القائل « بتدعيم الفرق المتقدمة » · أى ، اذا كان هناك كتب عديدة أعطيت فرصة لاثبات قوة بيعها بوساطة الترويج الأولى ، وأن بعضا منها فقط استجاب بمبيعات طيبة ، فهذه هى الكتب التى يشعر الناس أنها تستحق قسطا اكبر من ميزانية الترويج المستقبل . ولربما يضطر آسفا الى أن يقرر الا ينفق مزيدا من مال الترويج على الكتب التى أخفقت فى الرواج .

ان مفتاح النجاح بالنسبة لمدير الترويج هو نوع من الحاسة السادسة التى توحى اليه بأن يعرف متى يكون كتاب ما على وشك « اكتساح السوق » ، وأن يصبح أنجح كتاب ، ويضرب الرقم القياسى فى البيع ·

وعندما يعرف ذلك ــ أو يحسب أنه يعرف ذلك ــ فهو خليق بأن يقامر على المستقبل بانفاق المزيد على الترويج ، أكثر مما يستطيع أن تمده به المبيعات التى تمت بالفعل آنئذ .

أما الصفتان اللتان ينبغى أن تتوافرا فى مدير الترويج ، بالاضافة الى الالتذاذ ببذل الجهد الشاق ، فهما الخيال الخلاق وحاسة التوقيت . وهو يحتاج الى كلتيهما لكى يرى الفرص السانحات التى تطرأ ، ثم يمضى الى غايته ويستغلها على الفور .

والحاجة الى الخيال واضحة ، ولكن حاسة التوقيت فى مثل اهميتها سواء بسواء ٠

فينبغى ، ليس فقط ، أن تكون حملة الترويج الاولى متقنة الاعداد والترتيب والتسلسل ، ولكن متابعة « فرق التقدم » ينبغى أن تكون قوية عارمة وفورية ٠

ان مدير الترويج يحتفظ بتقويم زمنى فى ذهنه ، ويجب ان يكون دائما على وعى تام ليس فقط بما هو حادث فى الدنيا من حوله ، ولكن ايضا بالأحداث المسجلة المرتقبة وبالاتجاهات الممكنة التى تومىء الى اهتمام الجمهور فى المستقبل ، فكأنه جهاز رصد ورادار فى آن .

ومن نافلة القول ، أن نذكر أن الطرائق والوسائل المستعملة ينبغى أن تكون مناسبة وصحيحة بالنسبة للكتاب المعين بالذات ٠ ذلك أن النوع الخاطىء للترويج ، اذا بدا أنه يتسم بطابع الخداع أو استغفال الجمهور ، بالنسبة الى الكتاب المعلن عنه ،خليق بأن يضر سمعة الناشر ، ثم انه لن يجدى فتيلا فى المدى الطويل بالنسبة للكتاب المطلوب ترويجه ٠

ولكن اذا كان الترويج من النوع السليم الصحيح ، وفى الوقت المناسب ، وبالمقدار اللازم ، ونفذ بالطريقة الصحيحة ، فان ثمراته خليقة بأن تؤتى أكلها اضعافا مضاعفة ٠

وينبغى أن يشعر مدير الترويج بأنه يخدم الجمهور مثلما يخدم رصيد حساب ناشره فى البنك . أنه باعلانه على الملأ أن كتابا جديدا قد خرج الى حيز الوجود ، فانما بذلك يضيف حلقة حاسمة فى سلسلة تمتد من مكتب المؤلف الى القارىء الذى يمسك بالكتاب بيديه ٠

الجـزء الثالث

أنواع نشـر الكتب



الفصل العاشر

الكتب التجارية وأنواع أخرى من النشر

ان الغرض من هذا الفصل الموجز هو مجرد تزويد القارىء بقائمة مراجعة لبعض الأنواع الرئيسية للنشر . وسوف تتناولها الفصول التالية بمزيد من الشرح والاعلام — ولو عن بعض منها على الأقل .

وبعض انواع النشر تختلف عن غيرها تبعا لنوع الكتب التى تعالجها — مثلا كتب القانون أو كتب الطب .

وثمة أنواع أخرى تستعمل طرق نشر خاصة ــ مثل النشر بطريقة نادى الكتاب ، أو الاشتراك .

وطبعا ، بعضها يستعمل طرق نشر خاصة بسبب مادة الموضوع الخاصة ، واوضح مثال على هذا النمط من النشر هو الكتب الدراسية .

وثمة عدد لا يستهان به من الأنواع الخاصة من الكتب يمكن معالجته فى البداية ككتب تجارية ، ثم فيما بعد فقط يمكن أن تكون لها اقسام خاصة بها ٠

ومن ثم فسوف نسرد كأقسام فرعية تندرج تحت « تجارية » أنواع الكتب التى ربما تكون لها فى النهاية بمرور الوقت أقسام مستقلة منفصلة فى بعض دور النشر الكبرى ، ولكن كثيرا من الناشرين عادة ما يعاملونها ككتب تجارية ٠

أنواع النشر

ان السرد الجزئى لأنواع نشر الكتب يتضمن الاقسام المبينة فيما يلى :

ولا جناح علينا من أن نكرر التعليق الذى ذكرناه مرارا وتكرارا من قبل فى هذا الكتاب ، وهو ان الاشارة الى « الأقسام » ينبغى الا تكون تثبيطا لآمال الناشر الصغير الذى ليس لديه اقسام . اننا نقصد فحسب أن نبين الطرق المختلفة للنظر الى مختلف أنواع النشر ، حتى فى دار النشر ذات الرجل الواحد .

١ ـ **النشر التجارى** : الكتب العامة من النوع الأكثر تداولا طبعا ، فى تجارة الكتاب بالقطاعى ، بما فى ذلك الأدب والسير وكل الكتب غير القصص للقراءة العامة .

وتشمل أيضا الكتب عن الموضوعات الخاصة ، ولكنها عادة ما تعامل ككتب تجارية . أما الميادين التى تشملها فقد تكون شعرا أو دينا ، أو تجارة أو فنا أو موسيقى ، أو كتب صور ، أو كتب كيف تعمل كذا ، وكذا ، وهلم جرا .

ومن بين الميادين الرئيسية التى ستكون لها أهمية قادمة فى البلاد النامية ـ وهى كتب للاطفال للقراءة الترويحية ـ وهذه قد يشرع فيها ككتب تجارية ، ثم فيما بعد تصبح قسما منفصلا . أو ، بسبب استعمال مثل هذه الكتب للقراءة الاضافية فى المدارس ، فان القسم التجارى وقسم الكتب الدراسية قد يعملان فيها معا ، فى كلا جانبى تنمية التحرير والتوزيع .

٢ ـ **الكتب الدراسية** : (انظر الفصل الحادى عشر) .

٣ ـ **كتب الاطفال** (على حدة ، الى جانب الكتب الدراسية) : انظر الفصل الثانى عشر . ولاحظ التعليق الوارد تحت « الكتب التجارية » المذكورة آنفا .

٤ ـ **كتب التوزيع الكبير** (انظر الفصل الثالث عشر) : هذه هى الكتب ، وعادة ما تكون ذات غلاف ورقى ، ودائما رخيصة الثمن . ومعظم مبيعاتها لا تتم فى محال بيع الكتب فحسب ، وانما تباع على النضد وعلى رفوف عرض الكتب حيثما يتجمع الناس .

٥ - **نوادى الكتب وكتب الاشتراكات** (انظر الفصل الرابع عشر) : لاحظ ان هذه طرق نشر يمكن استعمالها لكتب عن اى موضوع تقريبا .

اما كتب نادى الكتاب فهى عادة من النوع الذى نطلق عليه الكتب التجارية - اى للقراءة العامة . وكتب الاشتراكات فى الأغلب الأعم تندرج تحت فئة « مراجع » ، أو هى مجموعات من الكتب عن موضوع واحد .

٦ - **كتب المراجع** : هـذه الفئة تتضمن المعـاجم « القواميس » ، والموسوعات ، والأطالس وما شاكلها ، وهى عادة تتضمن مشروعا طويلا وغالى الثمن من التنمية التحريرية .

٧ - **الكتب الفنية * والعلمية** : على الرغم من أن الكتب فى هذه الفئة قد تستعمل احيانا ككتب دراسية فى الجامعات - ومعدل بيع مثل هذه الكتب قد يمثل بندا رئيسيا من بنود الدخل للناشر - الا ان الميدان اوسع بكثير من ذلك .

وهى تشمل كل الكتب التى يسهم فيها العلماء والمهندسون والاخصائيون الفنيون بمعرفتهم مع غيرهم من أهل المهن العاملين فى الميدان .

ومن ثم فان الكتب قد تكون تقارير بحوث أو كتيبات ** ، أو كتبا مؤلفة مبتكرة تضيف جديدا الى المعرفة .

وفى كثير من الدول النـامية ، فثمة تقليد استعمال كتب بالانجليزية أو الفرنسية ، بدلا من اللغة القومية للرجوع اليها فى هذه الميادين .

٨ - **نشر البحوث العلمية المتخصصة** : غالبا ما يستعمل هذا الاصطلاح لوصف الميدان الواسع للكتب التى يكتبها الباحثون والعلماء ، بما فى ذلك فئة « الكتب الفنية والعلمية » المذكورة آنفا .

---

* كلمة فنية هنا هى الترجمة العربية لكلمة Technical وليست لكلمة Artistic التى قد تتبادر الى ذهن القارىء . (المترجم)

** على غرار النوع المعروف بالدليل أو المرشد (مثل دليل السائح أو دليل المعلم أو دليل الموسيقار وهلم جرا) . (المترجم)

وهذا هو نوع النشر الذى تمثله فى الدول الغربية أعمال مطابع الجامعات، ولكنه لا يزال فى بواكير أطواره فى الدول النامية .

وثمة دول فى أمريكا اللاتينية قد تقدمت فى هذا الضرب من النشر اكثر من زميلاتها فى آسيا وافريقية . ولكن يمكن القول بصفة عامة أنه حتى الآن ، فان معظم الدول النامية لم تستجب الاستجابة المرجوة ، لممكنات نشر البحوث العلمية عن مناطقهم وعلى يد علمائهم . فمثــلا احسن الكتب عن أفريقية الغربية (التى تسود فيها اللغة الفرنسية) أو اهل أفريقية الغربية (الذين يتحدثون الفرنسية) لا تزال تنشر فى باريس ، بدلا من داكار أو أبيدجان .

٩ ــ كتب القانون : يتفاوت الوضع تفاوتا كبيرا من بلد لآخر . ولغة التعليم المستعملة فى مدارس القانون عامل من العوامل ، ولكن هناك مسائل اضافية تتعلق بما اذا كان القانون النابليونى او القانون العثمانى او غيرهما هو الذى يستعمل كأساس ، وتتعلق بوضع القانون المدنى فى مواجهة الشريعة الدينية، والتأثير المتبادل للقانون المحلى والتشريعات القانونية العامة .

وبالنسبة لعديد من الدول النامية ، فثمة ممكنات واضحة ، لم تتحقق بعد ، لانتاج كتب قانون تخدم الحاجات الخاصة لتلك البلاد على نحو لا يمكن للكتب الأجنبية أن تقوم به بأى حال من الأحوال .

١٠ ــ الكتب الطبية : تستعمل اللغات الأوربية (الانجليزية والاسبانية والفرنسية والبرتغالية) كلغة للتعلم فى معظم مدارس الطب فى الدول النامية . ولأن الأطباء الممارسين قد تعلموا بتلك اللغاتوتدربوا على المهنة بها ، فانهم يميلون بصفة عامة ، الى طلب كتب بنفس هذه اللغات لكى يداوموا على الاطلاع والاستزادة فى ميادين تخصصهم .

بيد أن هناك عددا قليلا من مدارس الطب تستعمل لغات قومية غير أوروبية للتعليم ، وهناك عدد كبير من مدارس التدريب للخدمات المساعدة ، مثل التمريض ، وأعمال الصحة العامة ، والصحة المدرسية ، تكون فيها الكتب باللغة القومية ، ضربة لازب .

وعلاوة على ذلك ، فثمة فرصتان خاصتان للنشر الطبى فى الدول النامية : أحداهما هى وليد حقيقة أن معظم كتب الطب فى العالم تصدر من بلاد فى المنطقة المعتدلة ، فى حين ان كثيرا من المشكلات الطبية الخاصة للدول النامية ، تعتبر وقفا على المنطقة المدارية ٠

والفرصة الثانية الخاصة تتعلقبما يسمى ميدان « الطب الوقائى » اى اعداد كتب التعليم والكتيبات للناس الذين هم أقل تدريبا مهنيا وتعليما من الاطباء ، ومع ذلك يسعون جاهدين ، وخصوصا فى المناطق النامية ، الى مساعدة الذين هم فى حاجة الى الخدمة أو العناية الطبية ، فى حالة عدم وجود الاطباء .

والكتب الخاصة بالاسعاف ، ورعاية الطفل ، و « ماذا تفعل حتى يحضر الطبيب » ، يمكن أن تكون مفيدة فى كل الدول .

بل وثمة امكانات أوسع فى تلك الدول التى تتبع رسميا خطة خدمات « الطب الوقائى » فى المحافظات .

مزيج من طرق النشر

ان قائمة أنواع نشر الكتاب ، التى سردناها فى السياق السابق ، هى بالطبع ، أبعد ماتكون عن أن تكون كاملة .

وعلى أية حال ، فان خطوط التقسيم بين الأنواع المختلفة غامضة وملتبسة جدا .

والغرض الوحيد من سردها هنا هو الايحاء الى الناشر المبتدىء بالضروب المتنوعة المختلفة من الامكانات التى فى انتظاره ٠

وليس ثمة ما يدعو الى القلق على الاطلاق بشأن هل يندرج مشروع معين ضمن هذه الفئة أو تلك . فالكتاب المشار اليه آنفا : ماذا تفعل حتى يحضر الطبيب يمكن أن يتناول ككتاب تجارى للبيع عن طريق محال بيع الكتب ، أو يمكن ان يصدر فى طبعة رخيصة للتوزيع الكبير او يمكن انتاجه بصفة خاصة لكى يباع للقائمين بأمر خدمات وزارة الصحة « الوقائية » .

والشيء الهام هو كتاب سيخدم الجمهور ، على نحو ما ، ثم بعد ذلك ايجاد الوسائل التى تجعل الجمهور يعلم بوجوده ، ثم جعله متاحا ميسور الشراء فى كل مكان توجد فيه الزبائن .

وابتغاء هذه المآرب ، فان الناشر الذكى لا يشغل باله فى عدد الاقسام والفئات ، وانما يركز تفكيره فى أى الوسائل والسبل افضل وأحسن بالنسبة لكل كتاب على حـــدة .

الفصل الحادى عشر

الكتب الدراسية

تستحق الكتب الدراسية اهتماما خاصا فى أى تفكير يتعلق بنشر الكتاب فى الدول النامية .

ذلك أن الخطوات الأولى نحو نشر الكتاب محليا فى اية دولة ، من المرجح ان تكون فى ميدان الكتب الدراسية . ولا جدال فى أن ناشر الكتب الدراسية جزء من النظام التربوى للأمة ، تماما ويقينا ، كالمعلم سواء بسواء .

فثمة ضرورة يفهمها ويسلم بها الجميع ، بالنسبة للكتب الدراسية أكثر مما هى بالنسبة لأى نوع من الكتب قاطبة .

وتلك الضرورة ، مقترنة بالعدد الكبير من الأطفال فى المدارس ، تهىء امكانات اقتصادية لنشر الكتب الدراسية لا توجد فى أى فرع آخر من فروع صناعة وتجارة الكتب .

ولكن هذه الامكانات تواكبها ايضا بعض الأخطار الاقتصادية ، وضروبا من الأجحاف أو الخسارة فى الأعمال التجارية تفوق كل الميادين الأخرى .

فالناشر الذى يريد أن ينتج كتابا دراسيا جيدا يجب عليه أن يضع رأس مال كبير فى عملية الاعداد التحريرى ، ويتعين عليه أن يصبر على بقاء ذلك الاستثمار لمدة أطول من الزمن كما هى الحال فى النشر التجارى .

ثم ان تجارة الكتب الدراسية الى حد كبير ، من المفروض أن يتم فيها ثلثا المبيعات تقريبا فى فترة لا تتجاوز ثلاثة أشهر . وربما يؤدى الناشر كل

ذلك العمل ، وينفق كل ذلك المال ، دون أن يعلم بالتأكيـــد ، أنه سيبيع أى بيع .

ان اية قصة من النوع الذى لا يزيد عن كونه مقبولا الى حد ما ، لابد وان يباع منها عدد ما ، فى حين أن الكتاب الدراسى ، حتى ولو كان يبدو أنه احسن كتاب موجود ، قد لا تباع منه نسخة واحدة على الاطلاق ، اذا اتبعت السلطات التعليمية ــ وفى حالات كثيرة تكون هذه السلطات هى وزارات حكوميـــة ــ نظام « تقرير كتاب دراسى واحـــد » فى تلك المادة على ذلك المستوى ، وتصادف أن اختيارها لم يقع على هذا الكتاب بالذات .

وسوف نعلق فى نهاية هذا الفصل على المشكلة العامة للمنافسة من أجل « الكتب المقررة » ، ولكن حتى فى مستهل هذا السياق ، يجب علينا أن نؤكد أن أعظم فرق اقتصـــادى بين نشر الكتاب الدراسى ومعظم الأنواع الأخرى ، هو الطبيعة التنافسية الشديدة فى تجارة الكتب الدراسية .

ان الشخص الذى يقرأ قصة ، خليق ، على الأرجح أن يقرأ أخرى ، فى حين أن الأبوين اللذين يشتريان كتابا دراسيا فى الحساب للصف الخامس ، لطفلهما ، لا يمكن تصورهما كزبونين لكتاب دراسى آخر فى الحساب للصف الخامس .

وهذا الاعتبار يقودنا الى تعليق عن الفروق فى نشر الكتب التعليمية على مستويات المدرسة المختلفة .

وثمة فروق اقتصادية من ذلك النوع الذى أشرنا اليه ، أى فروق فى درجة التنافسية ، ولكن هناك أيضا فروقا فى الحياة الى ان تتأصل الكتب بحيث تكون ممتدة الجذور فى ثقافة البلد المعنى ، ومن ثم تتفاوت الرغبة فى تقبل الكتب الأجنبية .

وثمة سلم تصاعدى موصول من المدرسة الابتدائية الى الجامعة ، وكلما ارتفع المرء فى هذا السلم كان من الأسهل ، خصوصـــا فى مواد معينة ، استعمال مؤلفات أجنبية .

وفى حالة الكتب المدرسية ، فانه على الرغم من أن المبـــادىء التربوية العامة المتبعة قد تكون واحدة فى الكتب الأجنبية او الكتب المحلية ، الا ان المحتوى ينبغى أن ينبثق من الثقافة المحلية ، وأن يكون له مغزى بالقياس الى خبرة حياة الأطفال الذين يستعملونها .

وعلى نقيض ذلك ، فان كتابا دراسيا فى الكيمياء مثلا ، على مستوى الجامعة ، قد يكون نافعا ومطلوبا ســـواء بسواء (اذا كانت لغة كتابته الأصـــيلة ميسورة الفهم ، أو ترجم ترجمة سليمة) فى بريطانيـــا او بورما أو بوليفيا ، أيا ما كان البلد أو الأصل .

وعلى هذا فان أعظم الامكانات المتاحة لنشر الكتب الدراسية الأصيلة ، انما تكون على مســـتوى الابتدائى فى معظم البـــلاد ، وتليها فى ذلك على مستوى الثانوى والمدارس المتخصصة ، واقلها على مستوى الجامعة .

ولقد تحدثنا مرات عديدة فى هذا الكتاب عن وظيفة الناشر كموجه ومشرف على الخطة الكبرى فى نشر الكتب ، ووضعه الاستراتيجى ومسئوليته فى تنظيم وتنسيق عمل الشركاء المتعددين .

وان الحاجة الى ذلك النوع من القيادة ، فى ميدان نشر الكتب الدارسية ، لتفوق كل ضروب الحاجات الأخرى فى كل الميادين الأخرى الخاصة بالنشر .

ذلك ان مواهب النـــاشر ، كدبلوماسى ومعلم ، ورجل أعمـــال ، كلها مطلوبة ، وكلها فى سباق مع الأخرى .

وفوق ذلك كله ينبغى له أن يكون قادرا على فهم الحاجات التربوية ، ومن ثم يقود فريق المحرر والمؤلف والمصور والطباع فى انتاج كتاب خليق بأن يشجع تلك الحاجات .

ونشر الكتاب الدراسى ، يعتبر طبعا مثل نشر أى نوع آخر من الكتب فى وجوه كثيرة ، وليس من شك فى أن كثيرا من الأفكار العامة التى ورد ذكرها فى الفصول السابقة ، قابلة للتطبيق تماما على الكتب المدرسية .

أما هذا الفصل الراهن فقد وضع بصفة خاصة ، لمناقشة بعض الفروق والاختلافات فى الاعداد التحريرى وكذلك فى الترويج والبيع ·

وقد يحدث من حين لآخر ان كل عملية انتاج كتاب دراسى قد تبدأ بتقديم مخطوط للناشر يستقر الرأى على أنه مقبول ·

وعلى الرغم من أن ذلك لا يحدث كثيرا ، فان فحص المخطوطات المقدمة خليق بأن يكون ذا فائدة عظيمة ·

وحتى ولو كانت المخطوطاتنفسها ميئوسا منها ، ولاتبشر بأى جدوى حسب مقتضيات النشر ، فلربما تؤدى الى افكار مرتبطة تفضى الى انواع مختلفة من الكتب ، أو تفتح مسالك الى كتاب جدد لم يكونوا فى الحسبان .

فاذا افترضنا أن الخارق والشاذ وغير المعتاد لا يحدث الا نادرا ، وأن لزاما على الناشر ان يأخذ المبادرة فى خلق مخطوط لم يوجد بعد ، فاليك الخطوات العادية التى تتبع فى اعداد وانتاج وتوزيع كتاب دراسى جديد ، نوجزها فيما يلى :

١ ـ اختيار الموضوع :

ان ناشر الكتاب المدرسى الناجح ، رجل أعمال ذكى ، ولكنه أكثر من ذلك ·

انه ايضا معلم ورجل تربية ، مؤهل لذلك بحكم عمله وثقافته ، وبطبيعة تكريسه واخلاصه للنهوض بالتعليم ورفع مستواه .

واذا لم يكن هو مزودا بهذه الثقافة التربوية ، فيتعين عليه أن يكون له محرر للكتب الدراسية أو عضو ضمن هيئة موظفى الدار فى مركز رئيسى يعطيه فى الواقع من الأمر سلطة كاملة لاتخاذ كل القرارات المتعلقة بالنواحى التربوية للكتب .

ولكى يعرف الناشر حاجات السوق التى تتطلب اشباعا بالقياس الى الكتاب الدراسى ، فمن الجلى أنه خليق به أن يلم بالنظام التعليمى لبلده الماما كافيا .

وليس يكفى أن يرى ما يجرى وما يحدث وما يتم اداؤه فى الآونة الحاضرة ، وانما ينبغى له أيضا أن يعرف الاتجاهات السارية فى التفكير وما تومىء اليه بالنسبة لحاجات المستقبل ، وأن يلم بتغييرات المناهج التى هى موضع تخطيط وتدبير ، وبطرق ووسائل التعليم الجديدة التى هى موضع نظر ، وهلم جرا .

وانه لمن العبث اعداد كتاب مطالعة بالفرنسية لتلاميذ الصف الأول الابتدائى بمدارس المغرب ، مثلا ، اذا كانت خطة التربية الجديدة قد رسمت على أساس تغيير لغة التعليم الى العربية فى ذلك الصف ابتداء من العام التالى .

٢ ــ اختيار « الفريق » لاعداد المخطوط

واذا تصادف أن كان الناشر أو محرره ، قد سبق له العمل بمهنة التعليم فى مادة معينة ــ التاريخ أو الرياضة أو اللغة ، الخ ــ قبل الالتحاق بمهنة النشر ، فمن الطبيعى أن يكون القائم بعمل المحرر الأصلى بالنسبة لتلك الكتب .

أما اذا كان على خلاف ذلك ، فهو قمين بأن يستشير خبراء متخصصين ، حتى فى اثناء المرحلة الأولى لتقرير اى من المخطوطات ينبغى اعداده .

وبعد اتخاذ ذلك القرار فان اختيار المحرر للاشراف على اعداد وانتاج الكتاب هو اهم عمل نشر فى الكتاب الدراسى .

وقد يكون المحرر موظفا يعمل طول الوقت فى دار النشر ، أو يعمل على اساس جزء من الوقت لهذا الغرض بالذات ، بحيث يتناول اجرا لقاء هذا العمل ، أو احيانا نصيبا معلوما من حقوق الطبع والنشر على اساس المبيع من الكتاب فى النهاية .

والمعلمون هم اكثر فئات الناس الذين يستخدمون فى هذا الغرض ، ولهم ميزة واضحة فى هذا المضمار لصلتهم الوثيقة بالسبيل التربوى .

بيد انهم ينبغى أن يكون لديهم ايضا — او يزودهم الناشر — بفهم لسبيل النشر — بما فى ذلك ، على الأقل ، الاسس الاقتصادية لنشر الكتب .

ولا مراء فى أن دور الناشر دور بالغ منتهى الدقة : فهو « رئيس الفريق » بمعنى خلق الكتاب الدراسى ، وهو يتفق معهم على المكافاة ، وعادة ما تكون على أساس نصيب طبقا لكمية المبيع .

ومن المرجح أيضا أنه يستدعى مستشارين لمراجعة احكامه واحكام مؤلف الكتاب .

وعادة ما يتقاضى المستشارون أجورا على أساس مقدار الوقت الذى يعطــونه .

وقد يكون المستشارون مفتشى وزارة التربية ، او خبراء قارئين من احدى كليات المعلمين ، او معلمين من العاملين فى ميدان المادة التى وضع فيها الكتاب .

وبعد ذلك ، يعين الناشر رساما او مصورا قد يكون هو نفسه مصمم الكتاب (انظر الفصل السادس) ، وعاد ما يتقاضى أجره على أساس مبلغ محدد بالاتفاق حسب كمية ونوع العمل .

فاذا كان المصور أو الرسام لن يعمل أيضا كمصمم ، واذا كانت دار النشر مؤسسة صغيرة ليس لها مصمم ثابت منتظم فى هيئة موظفيها ، فلربما يرغب الناشر ، حتى فى هذه المرحلة المبكرة ، أن يقرر اختيار الطابع الذى يراه مناسبا .

وبهذه الطريقة ،فان معرفة الطابع بالمشكلات الفنية تصبح فى متناول يد بقية الفريق فى اثناء مرحلة التخطيط .

وهذا هام، طبعا ، ليس فقط من أجل مظهر الكتاب ، ولكن فى تقدير مسائل الكلفة التى سوف تنجم دائما كلما اتخذت قرارات بشأن تفاصيل الانتاج .

وحينئذ يكون الناشر قد جمع فريقا كبيرا ذوى معرفة ومهارات متخصصة ، فى وسعه أن يستقى منها جميعا ويأخذ منها مددا موصولا لانتاج أحسن كتاب دراسى مستطاع .

وثمة تحذير لازم فى هذا المقام بشأن الضرر الناجم من «قرارات اللجنة» . فهنالك خطر ضياع وتبديد القرارات الفردية الشخصية فى خضم الجماعة .

وقد تكون الحصيلة النهائية فى تلك الحالة ، هى اداء أو عملا مفتقرا الى الالهام والابتكار ، متبعا القواعد الدارجة التى لا تحوج الى رأى أو اجتهاد . وليس فى وسع أى عضو من اعضاء اللجنة أن يعارضها ، ولكنها تحول دون انبثاق أفكار غضة طازجة حقا ، تتميز بشحذ الهمم وتحدى الجهود . وفى كثير من الدول التى قطعت شوطا ملحوظا فى مضمار صناعات الكتب ، حدث رد فعل واضح ضد الكتب التى اتبع فى انتاجها سبيل القواعد الدارجة الخالية من كل الهام أو ابتداع .

وثمة محاولة فى الآونة الحاضرة لاعادة وضع المؤلف فى مركز مسرح الاحداث ، بحيث يتسنى لعبقريته ، وقدتحررت منكل قيد ، أن توقظ العقول الفتية .

وبعبارة أخرى فان الناشر الحصيف ، على الرغم من قيامه بدوره « كرئيس للفريق » يملك سلطة اتخاذ القرارات النهائية ، الا انه قمين بأن يفسح المجال — على أوسع نطاق متاح — للمؤلفين المبتكرين ذوى الفكر المتخيل الذين اختارهم لكى يقوموا بمهمة الكتابة .

٣ — رسم الخطوط الأساسية للكتاب

بعد اختيار أعضاء الفريق ، ولكن قبل البدء فى الكتابة ، يجب الوصول الى اتفاق على عدد كبير من المسائل .

فاذا كان من المزمع تخطيط اصدار سلسلة ، فلابد من الاتفاق على عدد مجلداتها ، ومحتوى وحجم كل منها — وربط ذلك دائما بالمنهج الدراسى

الرسمى والتعديلات أو المراجعات المحتملة فى المستقبل . ثم بعد ذلك يعهد الى نفر من المؤلفين بكل مجلد على حدة .

وثمة قرار من أهم القرارات التى تتخذ ، فى الاعتبار الاقتصادى ، وكذلك فى الاهلية التربوية ، يتصل بالرسوم والصور التوضحية : كم عددها ، وبأى وسيلة وأى نوع من الطبع يستعمل فى نقلها او نسخها ، وكم عدد الألوان ، واين توضع فى الكتاب ، وهلم جرا .

ويجب أن تكون لدى كل عضو فى الفريق فكرة واضحة عن العمل الذى يسهم به ، وكيفية ارتباطه بعمل الآخرين .

ويجب الاتفاق على جدول مواقيت للعمل ، ليس فقط لكى يؤدى كل طرف من الأطراف عمله فى الوقت المناسب دون تعطيل للآخرين ، ولكن ايضا لضمان أن رأس مال الناشر المستثمر فى اثناء هذه المرحلة الاعدادية لا يحتبس فيها الا لأقصر مدة ممكنة .

وفى رسم الخطوط الرئيسية للتصميم والانتاج ، فان سعر بيع الكتاب يعتبر طبعا ، من أهم العناصر التى ينبغى أن توضع نصب أعين الجميع .

وفى كثير من البلاد ، فان شراء الكتب المدرسية يكون فى يد وزارة التربية والتعليم ، ودائما ما تكون ميزانيات الوزارة تحت وطأة ضغط كبير .

وفى بلاد أخرى ، على الرغم من أن الوزارة او المدارس قد تختار الكتب ، الا أن آباء الأطفال هم الذين يتعين عليهم شراؤها ، وهم لا يستطيعون ذلك الا بتضحية كبيرة .

ومن ثم فان اختيار الوزارة أو المدارس خليق بأن ينبنى أساسا ، دائما ، أو على الأقل جزئيا ، على سعر البيع ، سواء بسبب الميزانية أو لأنهم يعرفون مستوى الدخل المنخفض لفئة الآباء المتوسطين .

ومن ثم فان افكار فريق التحرير لانتاج كتب مشوقة وجذابة ، يتعين دائما

أن يحكم عليها ليس فقط بالقياس الى ميزتها وقيمتها وجدواها الذاتية ، ولكن أيضا بالقياس الى النفقة .

ان قصة أو كتابا تجاريا يبدو انه باهظ التكاليف ، ومن ثم غالى الثمن ، خليق بأن يفقد بعض مبيعاته ، ولكن كتابا دراسيا غالى الثمن جدا قد ترفض الوزارة الموافقة عليه ، ومن ثم لا يباع على الاطلاق !!

وفيما يلى نقدم لك ثلاثة أمثلة لمسائل قد يواجهها الفريق فى وزن جاذبية الكتاب وفعاليته التربوية فى كفة ، وتكلفته وثمنه فى كفة أخرى ٠

يقرر الفريق أن الكتاب ، من الناحية المثالية ، ينبغى أن يستعمل الالوان السادة والالوان المظللة للرسوم التوضيحية ٠ ولكن الناشر يعرف أن فى وسعه أن يوفر نسبة مئوية من الكلفة فىكلنسخة فى طباعة ٥٠٠٠ نسخة اذا استعمل نوعا معينا موجودا من الورق . بيد أن الألوان المظللة اذا طبعت على ذلك الورق فسوف تبدو كالوحل ومنفرة . وبعد مناقشة طويلة مع فريق التحرير ، يرى المحرر أن كل فكرة تحتاج الى رسوم توضيحية يمكن عرضها بوساطة رسم بالخطوط فقط ، دون حاجة الى الألوان المظللة . وعلى هذا يرجح الناشر كفة الورق الأرخص بدون الألوان المظللة ، الأمر الذى يترتب عليه سعر بيع أرخص للكتاب .

مثال ثان ، قد يقرر الفريق أن الكتاب الدراسى الجديد ينبغى أن يقترن بدليل للمعلم يزود فصلا فصلا باقتراحات عن كيفية استخدام الكتاب ، والمناشط المختلفة فى قاعة الدرس التى تجعل تعليم المادة أكثر جدوى وفاعلية ، وكذلك (اذا كان ثمة مكتبات مدرسية فى البلد) قراءة اضافية مشوقة للأطفال ومفيدة تربويا فى آن . واتفق المؤلفون على اعداد دليل المعلم بدون تقاضى أجر اضافى لقاء هذا العمل ، ووافق الناشر على تقديم نسخة مجانية من الدليل لكل معلم يستعمل الكتاب كمقرر دراسى .

وكلفة انتاج هذا الدليل أو الكتيب يجب أن تسترد من دخل مبيعات الكتاب الدراسى ·

وعلى هذا فان كلفةالدليل أو الكتيبيجب أن تنخفض الى الحد الادنى لتلافى ضرورة زيادة سعر بيع الكتاب الدراسى ·

وبعد المناقشة مع الفريق ،فان الناشر يقررأن الجاذبية المادية فى دليل المعلم ليست هامة بالنسبة للمعلمين مثلما هى بالنسبة لكتب قراءة الاطفال ، وأن دليل المعلمين يمكن نسخه بالآلة الكاتبة وعمل نسخ منه بثمن مخفض ، ولتكن بطريقة الـــ memeograph مثلا .

وقد يقرر الفريق أن الطبع بلونين أمر مرغوب فيه وله ما يسوغه · وآية ذلك أن الكتب المستوردة التى تم فحصها وجد أن بعضها يستخدم أربعة الوان . وشهد خبراء التربية من أعضاء الفريق بالأثر الملهم للألوان فى اثارة اهتمام وشغف الناشئة من القراء · ولكن استعمال لونثانخليق بزيادة سعر البيع بنسبة ٢٥ فى المائة أو أكثر ، والناشر يخشى أن مثل تلك الزيادة قد تسبب كساد الكتاب فلا يباع · وعلى هذا فهو يحث الفريق على اعادة النظر ، والتفكير فى طرق أو وسائل أخرى ، الى جانب اللون ، لاثارة اهتمام وشغف المتعلم · ويستجيب الفريق الى هذا التحدى باقتراح اعطاء مزيد من الاهتمام لرسوم الأبيض والأسود ، وادخال أمثلة حية نابضة ذات مناظر متعددة فى تنظيم المتن وأشكال توضيحية على الصفحة .

ومن ثم يتخذ قرار بالاستغناء عن اللون الثانى ، الا بالنسبة لكتاب السنة الأولى التحضيرية ، ذلك أن هذا الكتاب يكاد يتألف فى مجموعه من كتاب صور ورسوم على اية حال ، واللون يعتبر فيه عاملا جوهريا . ومع ذلك فان زيادة ٢٥ فى المائة فى السعر تبدو ضربا من المحال .

ولتدبير هذه النفقة الاضافية فى ذلك الكتاب الأول من السلسلة ، فربما يقرر الناشر انقاص حجم الكتاب من ٩٦ الى ٦٤ صفحة .

٤ ـ المخطوط الأولى والنسخة الأوليـــة

عندما يتم وضع الخطوط الرئيسية ، تنتقل المسئولية مؤقتا الى المؤلفين ·

وفى الأمسيات أو فى أيام نهاية الأسبوع ، أو كلما وجدوا فسحة من الوقت للكتابة ، فان الناشرين يشرعون فى تحويل الخطوط الرئيسية والخطة الموضوعة الى صفحات حقيقية فى شكل مخطوط ·

لقد بدأ سبيل الكتابة الخلاق ·

ويظلُ الناشر على صلة وثيقة بالمؤلفين فى أثناء تلك الفترة . وهو يبذل كل ما فى وسعه للدفع قدما بالكتابة ، ولمساعدة المؤلفين على التغلب على مشاعر الاحباط أو القلق التى كثيرا ما تساورهم فى هذا الضرب من العمل .

وقد يستدعى نفرا من المستشارين لتوضيح ما قد يعن من التباس أو غموض فى خطة الكتاب الموضوعة ·ويكاد يكون من المؤكد أنه لابد وأن يعقد سلسلة من الاجتماعات لتبادل الرأى مع المؤلف والرسام ·

وأخيرا اذا اكتملت الكتابة فى صورة مخطوط ، عادة ما يكون فى فصول متفرقة ، فانه يتخذ سبيله الى مكتب دار النشر ويظهر فى الطور الأول من مراحل نموه . وبعض المخطوطات فى هذا الطور تكون المعية ذكية ، والبعض الآخر يفرض مشكلات تتطلب لباقة وخيال المحرر وهو يعمل مع المؤلفين والمستشارين فىَ مراجعة المــــادة .

وفى بعض الحالات الأخرى قد يجد من الضرورى اجراء بعض التغييرات بتغيير مؤلف جزء واعطاء الجزء لمؤلف آخر بحيث يعهد الى كل منهما بكتابة جزء الآخر ، بل وقد يأتى بمؤلفين جدد .

وأخيرا يكتمل المخطوط الأولى والرسوم وتصبح فى صورة جاهزة .

وفى هذه المرحلة تكون انتقادات المستشارين وغيرهم من القراء الفاحصين قد نظر فى أمرها ووضعت موضع الاعتبار ، وتم اجراء التغييرات والتعديلات

المطلوبة ، اذا كان لها ما يسوغها بسبب تلك التعليقات · وفى هذه المرحلة أيضا يكون أسلوب كتابة المتن قد فحص فحصا دقيقا ، وتكون الرسوم التوضيحية والشروح قد درسها وفحصها المؤلفون والمستشارون ·

وأخيرا يبلغ المخطوط النقطة التى يبدو عندها مقبولا الى أقصى درجة فى وسع الفريق برمته · ولكن أهم ناقد ـ لم يؤخذ رأيه بعد ـ ولم تتم استشارته ـ الا وهو الطفل نفسه ·

ان المال الذى يستثمره الناشر فى اعداد الكتاب ، يعتبر مبلغا كبيرا جدا ، ثم ان كلفة انتاج الكتاب فى طبعة كبيرة العدد لابد وأن تضيف المزيد الى هذه المغامرة المحفوفة بضروب الاحتمالات ، الأمر الذى يجعل اختيار نسخة أولية على محك التجربة مسألة بالغة منتهى الدقة بالنسبة للكتب الدراسية ، خصوصا على المستوى الابتدائى .

والنفقات الاضافية التى تنفق فى هذا السبيل ، قمينة بأن تثبت فى كثير من الاحيان أنها وفرت مالا فى نهاية المطاف كان خليقا بأن يضيع لولا هذا التحوط ·

وما أكثر أجزاء مخطوط ما التى لايستطيع أن يفهمها الأطفـــال .

وما أكثر الاجزاء التى تبدو لذيذة شهية عند الكبار ، وهى لاتنتج الا الملل والسأم والنفور عند الناشئة من القراء .

وفى هذه المرحلة من دورة التجريب فان الناشر يحاول التماس عون اثنين من المعلمين الاذكياء ، وليكن من ثلاث مدارس مختلفة وفى مناطق مختلفة ، تكون لديهم الرغبة والمقدرة على اختبار الكتاب مع طلابهم ·

والشرط الاساسى اللازم توافره فى هؤلاء المعلمين هو الحيدة التامة، ، بمعنى الا يكونوا ضمن من اشتركوا فى أعداد المخطوط حتى يكون الحكم موضوعيا نزيها ما أمكن ·

فاذا جرب كل معلم النسخة الاولية فى فصله ، فان المادة تكون ، من ثم ، قد اختبرها ما يتراوح بين ٢٠٠ و ٢٥٠ طالبا ·

وعادة ما يقدم الناشر النسخة الاولية مجانا ، ثم يدرج ثمن ذلك فى حسابه للمجموع الكلى للنفقة عندما يحدد ثمن بيع النسخة العادية فيما بعد ٠

وعادة ما يعاون المعلمون فى التجربة بلا مقابل مادى على سبيل الاسهام فى تحسين التربية .

ومن الطبيعى أن الناشر ينتج النسخة الاولية فى أرخص شكل ممكن ، مثل النسخ بطريقة الكحول أو ورق الشمع ، أو (اذا وجـد) بطريقة النسخ الجـاف xerography

٥ ــ النسخة الأخيرة

ما لم يظهر اختبـار النسخة الأولية وجود أخطاء تتطلب اعادة كتابة شاملة ، الأمر الذى يجعل نسخة أولية أخرى لازمة ، فان المخطوط يكون قد بلغ الآن نهاية شوطه الطويل .

وثمة مراجعات بسيطة تتم فى المتن نتيجة لتجربة قاعدة الدرس ، ثم يضع الرسام عمله الفنى فى شكله النهائى . بل ان نفس الخطوات فى التصميم والانتاج التى سبق تناولها فى الفصلين السادس والسابع تتبع بمزيد من الدقة والعناية فى حالة الكتب الدراسية أكثر مما هى الحال فى الكتب الأخرى .

ويعد المصمم ــ الرسام نموذجا للكتاب بأكمله لكى يوضح للطباع ، صفحة صفحة ، كيفية تنظيم الطبع والرسوم التوضيحية بالضبط ٠

وليس ثمة كتاب أحق بالتأكيد من دقة قراءة تجربة الطبع ، أكثر من الكتاب الدراسى . ذلك أمر فى غاية الأهمية بالنسبة لجميع الكتب عموما ، وبالقياس الى الكتب الدراسية خصوصا ، ليس فقط من قبل الطباع ولكن أيضا من قبل المحررين والمؤلفين ٠

وعندما يحين أوان بدء عمل المطبعة ، فمن الاوفق أن يكون المصمم ــ الرسام حاضرا فى دار الطباعة للتثبت من وجود الرسوم فى مكانها الصحيح بالضبط ،

ومن اعتدال واستواء اللون الأسود فى الطباعة ، وغير ذلك من التفاصيل الأخـــرى .

وهذه اللحظة حاسمة فى تاريخ الكتاب ، اذ عندها يكون فى وسع الناشر أن يصر على نفس المستوى الرفيع للأداء من الطباع ، الذى أصر عليه من فريق التحرير طوال المراحل السابقة من أول الامر .

بل فى الواقع من الأمر ، ليس من غير المألوف فى بعض البلاد أن يتولى ممثل للناشر عملية المراقبة والاشراف طوال فترة طباعة الكتاب .

٦ — الترويج والبيـــع

من ضمن مزايا نشر الكتاب الدراسى بالقياس الى الأنواع الأخرى هو ان الذين بيدهم زمام السوق ، من السهل التعرف عليهم والوصول اليهم .

فموظفو وزارة التربية والتعليم ، ونظار المدارس والمعلمون — هؤلاء هم الذين يشترون الكتب المدرسية أو يختارونها أو يوافقون عليها ، ومن ثم يتسببون فى شراء الآخرين لها .

وأولئك الناس الذين يؤثرون فى بيع الكتب الدراسية عددهم قليل نسبيا ، والمسالك المؤدية اليهم مفتوحة أمام الجميع .

وعلاوة على ذلك ، فانهم باعتبارهم من أهل مهنة التربية المتخصصين ، فهم خليقون بأن يكونوا فى غاية الاهتمام بتعلم أساليب جديدة وطرق جديدة فى التعليم .

والسبل المستعملة فى اعلام هؤلاء الممسكين بزمام هذا الأمر وأصحاب النفوذ والتأثير فى البيع ، بكتاب جديد ، تكاد تكون واحدة فى معظم البلاد :

١ — نسخ التقريظ الى المجلات التربوية المناسبة ، القومية والدولية .

٢ — الاعلان فى المجلات المهنية . ويختلف الناشرون بشأن قيمة هذا النوع من الاعلان ، ولكنه فى الواقع من الأمر يتيح الاعلان فى مثل هذه المجلات قبل

ظهور اى تقريظ بوقت طويل ، بل ان الناشر ـــ اذا اراد ـــ يمكن ان يجعل هذه الاعلانات تظهر قبل نشر الكتاب .

٣ ــ رسائل بالبريد للموظفين الرسميين التربويين ، ونظار المدارس الخ ٠ وعلاوة على هذه الرسائل الخاصة بالبريد عنكل كتاب جديد الى هذه الاسماء المدرجة فى قائمة الناشر ، فانه عادة يرسل كتالوجا سنويا بالبريد يحتوى كل كتبه المدرسية .

٤ ــ المعارض فى الاجتماعات المهنية ٠

٥ ــ نسخ التقديم ٠ على الرغم من أن بعض الناشرين يجنحون الى أن يجعلوا أيديهم مغلولة فى اعطاء نسخ مجانية لاغراض الترويج ــ ويفرطون فى الحذر فى هذا الصدد الى حد الشح . وليس من شك فى أن العملية باهظة التكاليف ، الا أن أغلبية أهل الخبرة فى ميدان نشر الكتب الدراسية يرون أن هذه الطريقة هى أهم سبل الترويج وأكثرها فعالية ٠ذلك انها تضع فى أيدى الزبون المرجو النفع المأمول الكسب من حيث امكاناته المقبلة نسخة من الكتاب ذاته ، بلحمه ودمه ، لكى يتسنى له الالمام به ، على أمل أن يختاره ويزكيه ٠

٦ ــ اتصالات مندوب البيع : يتصل ممثلو أو مندوبو الناشر (سواء أكانوا يعملون على أساس طول الوقت أو بعض الوقت ، وسواء أكانوا يتقاضون مرتبات شهرية ثابتة أم يعملون على أساس نسبة فى الارباح حسب البيع) ، اتصالات مباشرة أو غير مباشرة ، شخصية برجال التربية ، ويحملون معهم نسخا من الكتاب ويشرحون مزاياه .

وحتى الناشر الصغير للكتب الدراسية قد يضطر لاتخاذ هذا السبيل ، خصوصا فى طرق ابواب المدارس فى المناطق النائية ، اذا كان اختيار الكتب فى يد كل مدرسة على حدة ، وليس بوساطة وزارة مركزية . واذا كان تقرير الكتاب الدراسى مركزيا ، فان رئيس دار النشر عادة ما يجرى اتصالاته ومفاوضاته ومعاملاته مع الوزارة ذاتها .

واذا تمت الموافقة على اكثر من كتاب ، فان كل ناشر خليق بأن يزود نفسه بأحسن تمثيل فى وسعه فينوب عنه ممثلوه فى طول البلاد وعرضها ، ابتغاء أن تعرف المدارس وبائعو الكتب مزايا كتابه والتأكد من جعله فى متناول أيديهم ٠

وعلى الرغم ـ كما أشرنا فى مستهل هذا الفصل ـ من أن الكتب الدراسية يتعين أن تتجه اتجاها قوميا ومن ثم فان السوق المحلية هى مناط اهتمام ناشر الكتاب الدراسى ، الا أن هناك ممكنات متاحة للتصدير ٠

وهذه الممكنات تكون طيبة ، على الاخص ، عندما تكون اللغات القومية واحدة ، وتكون هنالك أوجه شبه أساسية فى الاقتصاد القومى والثقافة القومية . واذا كان سوق التصدير محدودا وصغيرا ، فخير ما يفعل لخدمة هذا السوق هو بيع نسخ من طبعة الناشر الأصلية .

اما اذا كان سوق التصدير كبيرا ، فان الناشر الاصيل خليق بأن يخول ناشرا فى بلد آخر سلطة اصدار طبعته الخاصة من نفس الكتاب ، وربما بشىء من التعديل أو التصرف ليجعل الكتاب أكثر قبولا ورواجا فى البلد الجديد ٠

وهذا الترخيص بطبع ونشر طبعات أجنبية ، والتى عادة ما تكون على أساس دفع أجر لقاء حقوق الطبع والنشر ، قد يكون جزءا من سبيل مزدوج من التدفق الثنائى .

ان شبكة من مثل هؤلاء الناشرين المتعاونين خليقة بأن تنجب فى المدى الطويل مناهزة عملية للنشر الاقليمى الذى يعطى اقتصاديات هائلة وفرصا مديدة الأجل للتقدم فى النشر . وهذه الطريقة جذابة بصفة خاصة اذا كانت الكتب ذات صفحات كثيرة الألوان يمكن انتاجها بثمن رخيص فى مكان واحد لطبعات ناشرين مختلفة ، على الرغم من أن بقية الكتاب تصنع محليا فى كل على حدة .

٧ ـ تقرير الكتاب الدراسى

ان ناشر الكتاب الدراسى ، فى تدبيره لراسمال كبير يستثمره فى كتاب جديد أو سلسلة من الكتب ، ينبغى طبعا أن يكون عنده توكيد من السلطات المدرسية

بأن كتابه سيوافق عليه رسميا أو يقرر رسميا ، اذا قام بهذه المغامرة · بل انه ربما يسعى فى أن يكون كتابه أو سلسلته هى الوحيدة التى يقع عليها الاختيار ، ومن ثم تضمن له احتكارا .

وهذا الموقف من جانب الناشر ليس فقط مفهوما ومعذورا لانه يريد أن يقلل مغامرته ومجازفته الى الحد الادنى ويزيد من ربحه ، ولكن ثمة حجة أخرى فى هذا الصدد يمكن أن تقال دفاعا عن قضيته ، وهى ان مثل هذا الاستثمار فى الاختيار قد يكون من المصلحة القومية .

ويمكن الاشارة الى انه قد تكون ثمة مزايا تربوية ومالية عن طريق التركيز على كتاب واحد أو سلسلة من الكتب بدلا من تبديد الموارد على العديد منها .

ويمكن أن تساق حجة أخرى بأنمن المكن توفير الكثير من النفقة وذلك بانتاج طبعات كبيرة من عدد قليلمنالكتب بدلا منطبعات قليلة العدد من كثير من الكتب ·

وهذه الحجج مشروعة وصحيحة وتستحق الاعتبار الجدى ·

بيد أن الناشر خليق بأن يدرك فى نفس الوقت انه اذا اتبع مبدأ تقرير كتاب معين دون سواه ، وتصادف أن كتابه لم يكن الكتاب المختار ، فان ابواب السوق توصد فى وجهه .

ثم ان مصلحة الناشر التربوية المهنية خليقة بأن تبين له ميزة « التنافس فى التفوق والاتفاق » بين الكتب ·

وهو يعرف انه اذا منحت الموافقة الرسمية لكتاب واحد فقط ، وغمرت أعداد كبيرة منه سوق التداول فستكون ثمة مقاومة كبيرة للتغيير ، بصرف النظر عن الحاجة الى مراجعة الكتاب أو تنقحيه أو وجود كتاب أحسن منه ·

ولهذه الأسباب فثمة سعى موصول لحل وسط نحو ما يرضى كلا المطلبين فى آن واحد ·

ثمة حاجة لسبيل يتحاشى الآثار الضارة المخمدة لطريقة الموافقة على كتاب واحد دون سواه ، وفى نفس الوقت يتحاشى ايضا التبديد المالى للتبذير فى نشر اعمال تتنافس تنافسا مباشرا .

ومن بين هذه الحلول الوسط ، حل يتضمن الموافقة التعددية لا الاحادية (ولكن فى نطاق عـــدد محدود لا يتجاوز أربعة أو خمسة كتب) من جانب سلطة مركزية ، مع توافر الحرية لكل مدرسة على حِـدة ، او طائفة من المدارس لتقرير كتابها الواحد المختار من بين قائمة الكتب التى ووفق عليها مركزيا .

وهذه الطريقة تبشر بالخير بصفة خاصة ، عندما يكون هناك عدد كبير من نظم المدارس المنفصلة ، كما هى الحال فى نطاق كل ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية ، أو فى نظم المدارس الخاصة التى تتبع كلمنها نظاما مستقلا عن غيرها مثل مدارس الحكومة والمدارس التابعة للكنيسة والمدارس الأهلية فى كثير من البلاد الأفريقية .

وكجزء من اية خطة مثل هذه ، فينبغى ان يكون ثمة فهم واضح بأن اية موافقة ، على اى مستوى ، انما هى لأجل مسمى ، عادة ما يكون زهاء أربع او خمس سنوات .

وهذا الاتفاق على مدة الأجل الذى تكون فى أثنائه الموافقة سارية المفعول له ميزة مزدوجة ذات شقين : فهى تضمن للناشر سوقا راسخة لمدة معقولة من الزمن ، ولكنها فى نفس الوقت تضع نهاية للاحتكار ، لكى يتسنى اعتبار كتب احسن تحل محل الكتب القديمة ، بعد ذلك الأجل .

والشىء الهام هو ان الناشر ، كرجل أعمال ورجل تربية فى آن ، يدرك مصلحته فى المحافظة على جعل مجال نشر الكتب الدراسية مفتوح الابواب بقدر الامكان . وكلا النشر والتعليم خليقان بأن يستفيدا اذا وجد الناشر وزملاؤه تشجيعا موصولا وتخصيصا مستمرا لانتاجكتب احسن واحسنعلى الدوام.

الفصل الثاني عشر

كتب الأطفال

ان كتب الأطفال هى اهم كتب فى العالم طرا ، ما فى ذلك ادنى ريب ، لأسباب ودواع عديدة .

وهذا صحيح ليس فقط بالنسبة للكتب الدراسية التى تستعمل فى قاعات الدرس للتعليم والتدريب ، وانما أيضا بالنسبة لكتب الأطفال التى يقرءونها للتسلية أو المتعـــة خارج نطاق مناهج التعليم المقررة بالمدارس . فالكتب الدراسية ليست كافية ولا وافية بالنسبة لبلد ترتفع فيه نسبة محو الأمية على نحو موصول ، مع وجود نقص فى المعلمين الصالحين .

ان الكتب التى فى وسع الناشئة قراءتها للمتعة الشخصية والفائدة ، مطلوبة فى كل بلد ، ولكن مطلبها أكثر الحاحا فى الدول النامية بصفة اخص .

ولم يعترف الناس دائما بالقيمة العلمية لكتب الأطفال ، الى جنب الكتب الدراسية . ففى الماضى جنح كثير من القائمين على أمر التربية — وخصوصا الاداريين التربويين — الى اعتبار كتب الاطفال ضربا من « الترف » الذى لا تطيقه الا البلاد الغنية .

بيد أن ثمة اعترافا آخذا فى الازدياد بأن تشـــجيع نشر الكتب للقراءة الاضافية والقراءة العامة ، خليق بأن يكون « اقتصادا » وتثميرا من وجهة النظر القوميـــة .

ان قصة من قصص الأطفال ، أو كتابا من كتب الحقائق الاعلامية ، من النوع الذى ينعش شغف الطفل ويثير اهتمامه ، ويحضه على المزيد من

القراءة من الممكن أن تكون احدى الوسائل التربوية الرخيصة جدا والفعالة جدا فى نفس الوقت ».

ومن الممكن أيضا ان تكون الوسيلة المجدية لتوفير المال التربوى الضخم الذى يستثمره البلد فى تعليم الطفل القراءة .

فاذا كانت ثمة كتب يستطيع الطفل بوساطتها أن يتدرب على فن القراءة لدواعيه الخاصة به ، فان تعليمه خليق بأن يستمر الى حد ما ، على الرغم من المعلمين غير الصالحين ، أو حتى على الرغم من انسحاب الطفل من المدرسة ».

وعلى الرغم من أن قيمة كتب الأطفال للقراءة العامة قد ازداد الوعى بها الآن ، واتسع نطاق الاعتراف بها ، الا أن هذا الوعى لم يقترن بالعمل اللازم حتى الآن فى معظم الدول النامية .

ان عشرات من هذه الدول تنفق بسخاء واقدام قسطا كبيرا من مجموع ميزانياتها القومية على أعمال تعليمية وتربوية أخرى ، ولكنها تحجم عن تخصيص المقدار الاضافى الضئيل اللازم لتزويد هذا العنصر الحاسم .

اسباب تركيز الاهتمام على كتب الأطفال

كما سنرى عندما نتصدى لمناقشة اقتصاديات كتب الأطفال فى السياق اللاحق ، فليس فى وسع الناشرين ، ولا رجال التربية ، ولا امناء المكتبات ، ان يفعلوا ما ينبغى بمفردهم . عليهم ان يعملوا معا متعاونين متكاتفين . فاذا لم يفعلوا ذلك ، فلن يحدث غير اليسير ، اذا هو حدث .

بيد أن حوافز الاهتمام المشترك بكتب الأطفال تكاد تكون غامرة شاملة .

١ ــ عادة القراءة : ان القارئين من الناشئة فى مرحلة العمر بالضبط التى تتشكل فيها عادات الحياة الباقية مدى الحياة .

فاذا تسنى لهم الحصول على كتب مجزية لهم ، فقد يصبحون قراء كتب مدى الحياة ، اما اذا حرموا منها ، فأكبر الظن ، بل اقوى اليقين ، ان فن القراءة نفسه لن يجد اليهم سبيلا .

٢ ــ **الاعداد** : لأن عدد الأطفال بالمدارس كان قليلا جدا فى الماضى عند كثير من الدول النامية (٧ فى المائة فى أندونيسيا وقت الاستقلال) فان عدد القادرين على القراءة والكتابة بين الكبار ، ضئيل نسبيا .

ولكن حمدا للتوسع المدهش للتعليم فى السنوات الحديثة ، الذى يرجع اليه الفضل فى أن عـــدد القادرين على قراءة الكتب زاد زيادة كبيرة بين الناشـــئة .

٣ ــ **العلاقة بالتعليم** : ليس ثمة كتاب دراسى فى وسعه أن يروق كل الأذواق ويفلح فى ارضائها ، كما أنه ليس فى وسعه أن يقدم المادة القرائية الكافية لاشباع الناشىء الذى تعلم متعة القراءة وذاق حلاوتها .

وعلاوة على ذلك ، فحتى اذا كان الكتاب الدراسى المقرر فى قاعة الدرس ، كتابا جيدا صالحا ، فلا يمكن أن تكون فيه الجاذبية أو الروق للقارىء الناشىء لكتاب يريد أن يقرأه لدواعيه الذاتية الخاصة بدلا من قراءته لأنه امر أو كلف او أرغم على قراءته .

٤ ــ **المثل العليا والوحدة القومية** : ان كتب الاطفال الصالحة خليقة بأن تغرس المثل العليا ، وتسهم فى خلق شعور بالوحدة مع الناس الذين يعيشون فى أجزاء أخرى من الوطن . وهى خليقة بأن تحقق هذه الأمور بطرق مقبولة سائغة لقارىء ناشىء يميل الى الاعراض عن « الوعظ » المباشر ، بل ويقاومه وينفر منه .

٥ ــ **التأثير فى أهل البيت** : ان طفلا واحدا قادرا على القراءة والكتابة ــ فى أهل البيت ــ خليق بأن يحدث تأثيرا عظيمـــا ، ليس فقط فى اخوانه واخواته الذين سيجنحون أيضا الى تعلم فن القراءة ، وانما أيضا على أبويه

الأميين اللذين يشعران بالفخر ، اذ يقرأ عليهما أطفالهما فيستمعان اليهم فى زهو وسعادة .

وهذا أمر مفيد بصفة خاصـــة فى الاعتبار القومى كوسيلة فعالة لنقل المعلومات النافعة عن الصحة والزراعة والإختراعات الحديثة ، وهلم جرا .

لغـــة كتب الاطفـــال

ان القسط الأعظم من كتب الأطفال ، لابد وأن تكون مطلوبة طبعا ، باللغة القومية ، سواء اكانت لغة أصلية ، كاللغة السامية فى سيام ، أم لغة أجنبية اتخذت كلغة قومية ،على غرار الانجليزية فى الفليبين ، والفرنسية فى غينيا ، أو الاسبانية فى شيلى .

وعلى الرغم من أن اتقان اللغة القومية هو الهدف النهائى ، الا أنه يجب أن توضع موضع الاعتبار مسألة كتب الأطفال للقراءة المبتدئة فى اللغات القومية ، اذا كانت هذه اللغات لها صيغة مكتوبة ويستعملها عدد كبير من الناس .

وليس ثمة اتفاق كامل حول هذه المسألة .

وبعض الملاحظين يعتقدون أن المصلحة القومية ستخدم على احسن نحو اذا تعلم الطلاب اللغة القومية منذ البداية ، وبدون تزويد لأى تعليم لمحو الأمية فى اللغات القومية الأقليمية المحلية .

والبعض الآخر يعتقدون العكس تماما ، ويحاجون بأقوى الحجج المضادة . فهم يقولون أن تعلم القراءة ليس عسيرا على الاطلاق اذا كانت اللغة معروفة فعلا من قبل بالسماع عن طريق الأذن . أما ما هو صعب غاية الصعوبة فهو تعلم لغة جديدة وتعلم فن القراءة فى نفس الوقت .

والذين يقبلون هذه الحجة الأخيرة يرون أن معرفة الطفل بلغة قومه ، تعتبر عونا أو ظهيرا يحمله معه الى المدرسة ، وان هذه المعرفة أداة تربوية

لا تقدر بثمن ينبغى الا تنبذ نبذ النواة ، وأولى به أن يتعلم القراءة بهذه اللغة ، فاذا ما تعلمها فينبغى أن يعطى الفرصة لقراءة كتب مشوقة لكى يكتشف متعة القراءة منذ البداية . (وهذه الحجة المؤيدة لاعطاء الأطفال مادة قرائية بلغاتهم القومية لها شق ثان : ينبغى أن يبدأ تعليم الصيغة الشفوية للغة القومية من أول يوم فى المدرسة ، لكى تكون اللغة الجديدة معروفة فعلا من قبل عن طريق الأذن عندما تعلم قراءة تلك اللغة بعد عامين أو ثلاثة) .

وعلى الرغم ، كما ذكرنا ، من أهل الرأى لايتفقون على هذه المسألة الا أن هناك كثيرا من الدول النامية التى تعانى من انخفاض مستوى تعليم اللغة القومية لدرجة كبيرة (خصوصا اذا كانت اللغة القومية من أصل أجنبى) بحيث ان الأطفال لا يتعلمون فعلا القراءة بتلك اللغة لسنوات كثيرة بعد بدء دخول المدرسة .

وحتى فى عدد كبير من دول افريقية التى تتكلم الانجليزية ، والتى يبدأ فيها التعليم باللغات القومية ، ثم يتحول نظريا الى الانجليزية فى السنة الثالثة ، فلا يوجد ما يكفى من المعلمين ذوى المقدرة الكافية لهذا الغرض ، فان قراءة الانجليزية قد تتأجل الى السنة الرابعة أو الخامسة بل والسادسة .

والمسألة العملية ، بصرف النظر عن النظريات الخاصة بطرق التعليم ، هى : هل يحرم أولئك الأطفال من المادة القرائية فى أثناء ذلك الوقت كله ، أم أن كتب القراءة الاضافية بلغاتهم القومية ليست لازمة لزوما كبيرا ؟

وتتضح النقطة بصفة خاصة عندما يعتبر المرء النسبة المئوية العالية من الاطفال الذين يهجرون المدرسة بعد تعلم قراءة لغاتهم القومية ، ولكن قبل تعلم الانجليزية أو الفرنسية أو غيرهما من اللغات الوطنية .

العرض الطباعى

ان نمط حروف الطبع الخطية التى تقـدم بها مادة قراءة الأطفال تثير قضية أخرى ، عليها خلاف حول عدد من الأمور .

والجميع يسلمون بأن ذلك النمط ينبغى أن يكون كبيرا وواسع المسافات ، وأن الطبع يجب أن يكون واضحا .

بيد أن هناك بعض المشكلات الخاصة في بعض اللغات ، مثلا :

هل ينبغى تشكيل الحروف المتحركة تشكيلا كاملا فى كتب الأطفال ، أم ينبغى أن يكون طبعها بدون حروف العلة ، كما هو الشأن فى معظم الكتب (فيما عدا القرآن الكريم والشعر) التى سيقرؤها الناشئة عندما يكبرون ؟

وفى الفارسية ، هل ينبغى أن تكون كتب الأطفال بحروف الطبع الخطية المكتوبة بالنستاليقى ، وهو الشكل التقليدى للفارسية ، أم ينبغى أن يعتاد الأطفال من البداية نمط النسخ (وهو أسهل بكثير للطباع الحديث) والذى سيقرعونه فى معظم الكتب والصحف والمجلات عندما يصبحون كبارا ؟

هذه المسائل وغيرها من المسائل المختصة بالطباعة ، مثلها فى ذلك مثل المسائل المتعلقة باللغات ، ينبغى أن يضعها الناشرون موضع الاعتبار فى كل بلد ، بالمشاورة مع السلطات التربوية .

محتوى كتب الأطفال

ان كل امرىء حاول الكتابة للأطفال يتفق على أنها من أشق الأمور التى يواجهها الكاتب . وليس جهابذة الأدب والعلماء بالضرورة هم خير من يكتب للأطفال ، بل كثيرا ما يفضلهم كتاب أقل منهم شهرة ممن كرسوا أنفسهم لهذا النوع الخاص من الانشاء والتأليف .

فالشغف والحركة والأداء ينبغى أن تظل حية نابضة ، واللغة ينبغى أن تكون بسيطة ومباشرة .

وثمة عدد قليل نسبيا من الكلمات غير المعروفة للأطفال فى تلك السن ، هى التى يمكن أن تستعمل ، وعندما تستعمل كلمة غير معروفة ، فينبغى

توضيح معناها بسياقها فى الجملة . (ليس على غرار ، كان هناك قناع حديدى على قبعته ، اذ لن يكون لها أي معنى عند أى شخص لا يعرف كلمة قناع حديدى ، ولكن : « لقد حجب القناع الحـــديدى الذى على قبعته ، الشمس عن وجهه ») .

وطبعا يجب اعتبار مستوى العمر للقراء بكل دقة ، ليس فقط بالنسبة للكلمات المستعملة ، ولكن أيضا بالنسبة للمادة الأساسية للقراءة .

وثمة نقد ، فى محله ، ضد كتب الأطفال الأمريكية والأوربية التى كثيرا ما تقترح للقراءة فى الدول النامية ، هو أنها لا تعالج الحقائق والأشياء والمواقف التى لها مغزى عند أطفال آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

ولعل من أقوى الحجج لتنمية صناعات كتب الناشئة فى تلك المناطق ، هى التأكد من أن كتب الأطفال ستكون ملبية لاهتمامات الطفل الذى يقرؤها .

بيد أنه ينبغى الحذر من مغبة الانزلاق المتطرف الى أبعد الأماد فى « اضفاء المحلية » على مادة الموضوع . لقد كان المنحى الأجنبى للكتب فى الماضى ، خاطئا ما فى ذلك أدنى ريب .

ولكن من المفجع ، أن يعمد الناشرون فى الدول النامية ، فى سبيل تصحيح ذلك الخطأ ، الى صبغ الكتب بصبغة محلية ضيقة محصورة تخنق آفاق الناشئة .

ينبغى أن تكون الكتب **سائغة مفهومة ومشوقة** للأطفال الذين يقرءونها ، ولكنها ينبغى أيضا أن تفتح آفاقا واسعة .

ان أطفال باكستان الغربية الذين يأكلون القمح ينبغى أن يعرفوا شيئا عن الحياة فى احدى قرى باكستان الشرقية الآكلة الرز ، كما ينبغى لمناطق زراعة القطن فى بلد ما تملك أيضا مصانع للنسيج أن تعرف شيئا عن حياة الناس الذين يغزلون القطن .

وينبغى لهم جميعا أن تكون لديهم فكرة ، عن طريق الكتب الممتعة قراءتها ، عن بقية العالم .

ومن دواعى الغبطة لمعظم الأمريكيين أن من بين شـــخصيات قصص الصغار المعروفة جيدا لدى الأطفال فى الولايات المتحدة الأمريكية ، فان كثيرا منها مستقاة من بلاد أخرى ، وثقافات أخرى .

وثمة تحذير آخر لازم فى هذا المقام :

فبسبب رواج كتب الحقائق الاعلامية ، والقيمة التربوية الواضحة لهذه الكتب ، فهناك خطر أن كلا التربويين والناشرين قد يغفلون الحاجة الى أن يقدموا أيضا القصص وحكايات التراث الشعبى وغيرها من أعمال الخيال التى تغذى الروح والعقل . فبدون هذه لايمكن اعتبار مكتبة الأطفال كاملة من وجهة النظر التربوية ، أو مشبعة من وجهة نظر الناشئة من القراء الذيــن يستعملونها .

المصمم والرسام والطابع

فى أنواع كثيرة من الكتب ، فان الرسوم التوضيحية هى مجرد زينة أو حلية .

أما فى كتب الأطفال ، فان الرسوم التوضيحية قد تكون هى لب اهتمام القارىء ومدار شغفه ، وجوهرية جدا بالنسبة لغرض الكتاب ، لدرجة أن من العبث طبع الكتاب بدونها .

ودور الرسام فى غاية الاهمية بحيث ان كثيرا من كتب الناشئة يعدها المؤلف والرسام معا ، أو فى تلك الحالات الموفقة بحيث تتوافر الموهبتان فى شخص واحد ـ يعد المؤلف ـ الرسام الذى يبتدع وينفذ الكتابة والرسم لكتاب كعملية واحدة .

ومصمم الكتاب وطابعه أيضا ، لهما دور أساسى يؤديانه .

وفى الواقع من الأمر فان الطريقة المثالية لاعداد كتاب أطفال هى بواسطة التعاون الوثيق الصلة بين المؤلف والرسام والمصمم والطابع .

وتشاور الرسام مع المصمم والطباع ينبغى ، اذا تيسر ، أن يستهل منذ بداية عمله ، فى المرحلة التى يدبر فيها صوره قبل أن ينفذ أيا منها فى صيغته النهائية .

وبمشورة ونصيحة المصمم ، قد يستطيع الرسام أن يستخدم طرقا خليقة بأن تخفض نفقة الكتاب تخفيضا كبيرا بدون التضحية بمصلحة الناشئة من القــراء .

اقتصاديات كتب الاطفال

ان قليلا من كتب الاطفال هى التى يشتريها الاطفال مباشرة ، اذ غالبا ما يشتريها الآباء والأمهات .

ولكن فى البلاد ذات الدخل المنخفض بحسب نصيب كل نسمة ، وعبء ثقيل من نفقات الأسرة يتحدى شراء الكتب الدراسية اللازمة ، فما أضيق مجال الاختيار بين لقمة العيش والكتاب .

وثمة سوق ، على نحو ما ، لكتب الاطفال فى كل بلد ، مهما انخفض متوسط الدخل ، اذا كانت الكتب ذات ثمن معقول بالنسبة لذلك الاقتصاد .

ولكن ، كما رأينا فى الفصل الثالث ، فمن الضرورى الطبع بكميات كبيرة للحصول على أثمان منخفضة .

وفى كثير من الأمم المنبثقة ، فليس ثمة بيع كاف ، بعد ، للأفراد بحيث يجعل بحد ذاته ، من الممكن انتاج الكميات الكبيرة ، ومن ثم الأثمان المنخفضة التى يتطلبها أولئك الأفراد .

ان أكبر سوق طبيعية لكتب الأطفال فى كلتا الدول الآخذة فى النمو والدول التى اكتملت لها أسباب النمو والتطور على السواء ، هو المدارس والمكتبات .

فاذا أمكن بلوغ هذه السوق ، فعندئذ ، وعندئذ فقط ، فان الكميات المطبوعة يمكن أن تكون كبيرة بدرجة كافية تسوغ الثمن المنخفض الذى فى وسع الافراد أن يدفعوه ·

ويقال ان ٧٥ فى المـــائة من دخل المبيعات لكل الأنواع العادية من كتب الأطفال ، فى الولايات المتحدة الامريكية ، تأتى من حصيلة البيع للمؤسسات ، وبصفة رئيسية من المدارس والمكتبات . وبدون ذلك الأساس الاقتصادى الراسخ المتين لصناعة كتاب الناشئة ، فان طبع ونشر كتب الأطفال فى أمريكا بتلك الأعداد الراهنة أو ما يناهزها ، وبأســعارها الحاضرة ، ضرب من المستحيل ·

وعلى هذا فانه عندما تحض وزارات التربية والتعليم الناشر على اصدار المزيد من كتب الأطفال ، فان الناشرين لهم كل الحق والعذر فى أن يسألوا القائمين على أمر الوزارات عن الوقت الذى سيبدأ فيه الشراء المنتظم للكتب لمكتبات المدارس .

ان مكتبات المدارس ـ ومكتبات القرى وغيرها من المكتبات العامة ـ لها فائدتها المجزية فى حساب التربية والتعليم · ولكن لها أيضا قوتها وفعاليتها ـ كقوة مشترية للكتب بحيث تزود نشر كتب الناشئة بقاعدة اقتصادية أساسية لا تستطيع صناعة كتب الصغار أن تعيش بدونها .

والمكتبات نفسها لا يمكنها أن توجد ما لم تنشر الكتب الصالحة لتزويدها .

والناشرون ليس فى وسعهم نشر مثل هذه الكتب ما لم يكن ثمة ضمان لسوق شرائية ·

ولا مناص من أن يغامر الناشر ، طبعا ، بالقياس الى كل كتاب على حدة . تلك ضربة لازب · بيد أنه يحتاج الى أن يعرف أن هناك سوق مدرسة وسوق مكتبة ، بصفة عامة ، لشراء كتب الأطفال الجديدة ، التى اتقنت كتابتها واتقنت رسومها وأتقن طبعها وعرضت بأثمان معقولة .

وهذا الاعتماد المتبادل بين المكتبات ونشر الكتب موضوع هام سوف نتناوله بمزيد من المناقشة والتحليل في الفصل السادس عشر .

الاقتصاديات في الانتاج

بسبب أن الرسوم التوضيحية خليقة بأن تمثل قسطا كبيرا جدا من المجموع الكلى لكلفة انتاج كتب الأطفال ، فان معظم الاقتصاديات الاساسية التى توضع الاعتبار تتعلق ، على نحو ما ، بالصور .

فأولا ، كما أشرنا الى ذلك من قبل ، فان التشاور المبكر مع الرسام كفيل بأن يجعل من الممكن تلافى الاسراف فى نفقات لا لزوم لها فى عمليات الطباعة ، أو استعمال الوان اضافية على صفحات أكثر من الضرورى ، أو ازدواج القطع أو الرواشم (الكليشيهات) لعناوين الصفحات والغلاف اذا كان طاقم واحد منها صالحا لخدمة كلا الغرضين .

وثمة فرص مدهشة أيضا للاقتصاديات الرئيسية بوساطة تعاون الناشرين العاملين فى مختلف اللغات . وفى وسع الناشرين أن يتكفلوا بالانتاج المشترك فى كل طبعاتهم ، للصور الملونة مع ترك مساحة بيضاء للنص الذى يمكن طبعه بعد ذلك بمختلف اللغات .

وفى الدول الكبيرة التى تنشر كتبا باللغات المختلفة ـ كالهند مثلا ـ فقد يوجد مثل هذا التعاون المشترك حتى فى نطاق البلد الواحد .

ويمكن أيضا أن يوجد تعاون دولى بين مختلف البلاد الآسيوية والأفريقية وأمريكا اللاتينية ، كما هو حادث الآن بين الدول الأوربية ، وبين أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية .

وفى بعض البلاد (كأندونيسيا مثلا) توجد قيود قانونية على استيراد الكتب المطبوعة باللغة القومية ، ولكن ليس ثمة عائق لاستيراد صحائف الصور .

وفى الواقع من الأمر ، فثمة مكوس تفرض على الورق غير المطبوع فى كثير من الدول ، ولكن ليس على الكتب المطبوعة . ومن ثم فان المرء ليصادف

الوضع العجيب الذى يتمثل فى أن نصيب الناشر المحلى من طبعة منتجة انتاجا مشتركا مطبوعة فى دولة أخرى ، يمكن أن يدخل بثمن أرخص يقل عن نفس الحمولة أو الوزن من الورق غير المطبوع .

ويمكن اكتساب اقتصاديات فى ثمن أفلام الطبع بالاوفست ، حتى اذا كانت الطباعة المشتركة غير ممكنة .

وحتى اذا كانت النسخ المطابقة من أفلام الاوفست باهظة الثمن ، ولكن من الممكن حفر مجموعة واحدة من الافلام بنجاح لناشرين مختلفين فى نفس البلد ، او حتى فى دول مختلفة .

وعلى الرغم من أن التعاون الدولى فى الانتاج المشترك ممكن التنفيذ ، اذا لزم الأمر على طرفى نقيض العالم ، الا أن التعاون الاقليمى ، هو الاكثر واعدية بطبيعة الحال ، ليس فقط بسبب سهولة النقل والاتصال والمواصلات ، ولكن أيضا بسبب الملاءمة العامة للرسوم الايضاحية فى منطقة بأكملها .

وعلى الرغم من أن مجتمعات شرق أفريقيا مثلا ، تختلف اختلافا بينا من منطقة لأخرى ، الا أن هناك أوجه شبه عامة بينها تجعل الرسوم التوضيحية مقبولة وسائغة فيها جميعا ، أو على الأقل أكثر قبولا من الرسوم التى أعدت للأطفال الأوربيين أو الأمريكيين .

الفصل الثالث عشر

التوزيع الكبير

ان دول العالم النامية آخذة فى نشر التعليم والتربية بين جميع سكانها — الأغنياء والفقراء والفلاحين وعمال المصانع ، اهل القرى وأهل المدن .

وتركيز الاهتمام ، منصب طبعا ، على الناشئة ، وان كان تعليم الكبار ينال حظه أيضا من الانتباه .

ان التوسع فى التعليم فى آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية فى العشر السنوات الأخيرة ، والمزيد من التوسع والانتشار المزمع والمخطط للعقد القادم — لا مثيل لهما ولا سابقة فى تاريخ الانسانية برمته .

بيد أنه على الرغم من تغلغل التعليم فى كل قطاع ، وعلى كل مستوى للمجتمع ، فان نشر الكتب لم يواكب تلك الحركة التربوية المثيرة او يسايرها ويعادلها .

فملايين من الناس ممن يعتبرون قوة كامنة كقراء للكتب ، أو مشترين للكتب . تنتجهم المدارس أو حملات محو الأمية فى الكبار .

ومع ذلك فصناعات نشر الكتب فى هذه الدول لم تنجز الا القليل ، حتى الآن فى تثمير الامكانيات العملية المتاحة بهذه الفرصة ، أو فى تزويد مجتمعاتها بالكتب التى تحتاج اليها .

ولقد جنح الناشرون بصفة عامة ، الى التركيز على ذلك العمل الهين نسبيا ، وهو بيع الكتب بأثمان غالية لتلك الطائفة القليلة من النـــاس من المتعلمين والمثقفين من ذوى الرخاء وممن يسهل الوصول اليهم .

ولا جناح عليهم ولا تثريب فى هذا الصدد ، بالنظر الى الصعوبات التى واجهوها ، خصوصا بسبب الكلفة الغالية الثمن ، وعدم وجود رأس المال المموّل ـ غالبا ـ كما سبق شرح ذلك فى الفصل الثالث ·

ولكن ذلك الاغفال او التجاهل للجزء الرئيسى الاكبر من سوق الكتاب الممكن لم يعد مقبولا بالنظر الى الأهداف القومية للدول النامية .

فاذا ابتغى الناشرون أن يستجيبوا للفرصة ويلبوها ـ وهى أعظم فرصة متاحة قدر لها أن تفتح أمام ناشرى الكتب فى العالم من وجوه كثيرة ـ فعليهم أن يمسكوا بزمام المبادرة والقيادة .

يجب عليهم أن يريدوا البدء والشروع فى نوع جديد تماما من مشروعات النشر ، بأثمان منخفضة وكميات كبيرة ، وفى نطاق مشكلات تنظيم وتوزيع لم يسبق لهم أن واجهوها من قبل ·

فاذا أرادوا ذلك فعلا ، فسيكون ذلك فى صميم المصلحة القومية للآخرين ، خصوصا وأن ذلك يتضمن أن النقطة الأساسية فى أية خطة للتوزيع الكبير هى أن تكون الكتب الرخيصة حقا موجودة فى كل مكان ، وليست مقصورة فحسب على المدن ، كما انها ليست مقصورة فحسب على محال بيع الكتب العادية .

انه الجمع بين هذين العنصرين ـ ثمن البيع الرخيص ، وتوافر وجود الكتاب على أوسع نطاق للانتشار ـ هو الذى مكن لثورة توزيع الكتب ذات الغلاف الورقى الرخيص فى الدول الغربية ، وهو الذى يبشر بكل الآمال المثيرة المرجوة الواعدة بالخير لكل الدول النامية ·

ولبلوغ هذا المأرب ـ مأرب بيع الكتب بالتوزيع الكبير ، فان الحاجات الأساسية هى :

١ ـ **عتاد لصناعة الكتاب** كفيل بأن يجلب اقتصاديات كبيرة فى التوزيع الكبير ، متبعا مبادىء الكم الكبير والتكلفة القليلة التى سبق أن فحصناها فى الفصل الثالث ·

(وكما سبق أن ذكرنا فان الناشر ليس من المحتم عليه أن يملك هذا العتاد ، ولكن الطابعين الذين يتعامل الناشرون معهم يحتم عليهم أن يملكوا هذا العتاد ، اذا أريد أن تكون الكتب الرخيصة الثمن سهلة المنال) .

٢ ـ **جهاز للتوزيع :** مثل سيارات نقل صغيرة وعربات شحن ، الخ لنقل الكتب من المستودعات المركزية الى مئات أو آلاف مراكز البيع بالتجزئة .

٣ ـ **جهاز للعرض** فى مراكز البيع بالتجزئة يتألف أساسا من «دواليب» أو سيقان مسفنة من الخشب أو البلاستيك أو الصحائف المعدنية أو الشبكات السلكية والقضبان المعدنية ، الخ . (ان وجود مثل هذا العتاد خليق بأن يؤدى على الأقل الى ضرب من تقنين حجم الكتب لكى تلائم حجومها) .

٤ ـ **نظام** أو خطة تنظيمية لنقل الكتب من مركز صناعتها الى مراكزها الاقليمية ، ومن هناك الى مراكز البيع بالتجزئة وللمراجعة المنتظمة لكمية الكتب فى مراكز البيع ، لاحلال كتب أخرى محل الكتب التى بيعت وارجاع الكتب الكاسدة وجمع المال من بائع التجزئة لقاء الكتب التى بيعت .

٥ ـ **رأس مال**

ا ـ لجهاز التوزيع وجهاز العرض المذكورين آنفا .

ب ـ النفقات الاولية لانشاء وتسيير دفة النظام حتى يبدأ الدخل فى موازنة ذلك المنصرف .

ج ـ للانفاق على صناعة الكتب المزمع بيعها . (وهذا الشطر الأخير من متطلبات رأس المال ـ للكتب نفسها ـ يمكن تدبيره بوساطة اتفاقيات تجارية مع ناشرين متعاونين بموجب بعض الخطط الواردة فيما بعد) .

٦ ـ **هيئة موظفين صغيرة للتحرير والانتاج .**

مزايا برنامج الطبعة الثانية

على الرغم من أن هناك أمثلة بارزة لخطط التوزيع الكبير التى بنيت أساسا

على الكتب الاصلية مثل كتب البنجوين (Penguin) فى المملكة المتحدة ، وسلسلة ? Que Sais-je فى فرنسا الا أن معظم خطط توزيع السوق الناجحة فى العالم بنيت على طبعات ثانية لكتب صدرت بالطريقة العادية المعروفة للبيع فى المكتبات .

ومن بين مزايا استعمال الطبعات الثانية بدلا من الكتب الأصلية نورد ما يلى :

ا ـ اختبار لرد الفعل لدى الجمهور الذى تلقاه الكتب فى طبعاتها العادية ·

ب ـ تحاشى الكلفة التى تقتضيها أطوار التحرير ·

ج ـ القدرة على اصدار كل الكتب المنشورة بدلا من جعلها محصورة فى نطاق عدد صغير من الكتب الجديدة ·

د ـ وفى الدول التى تتوافر فيها الامكانات ، توجد ميزة الاقتصاد فى اعادة الطبع بتصوير صحف الكتاب الذى طبع سابقا أو باستعمال صحائف صف الحروف الموجودة ، وبذلك تتلافى النفقة الباهظة لجمع الحروف فى الطباعة من جديد ·

على أنه ينبغى أن نتذكر أنه اذا كانت اية خطة للتوزيع الكبير تتوقف فعلا على اعادة طبع كتب طبعت عاديا ، فاذن من الضرورى استمرار مثل ذلك النشر العادى · والا فبعد استعمال أكثر الكتب جاذبية من الكتب التى سبق نشرها ، فى برنامج اعادة طبع ، فلن يتبقى بعد ذلك شىء لبرنامج اعادة الطبع لكى « يعيش عليه » فى المستقبل ·

ان ناشر الطبعات الثانية له مصلحة حيوية فى أن يرى النشر العادى يزدهر دائما ·

انواع كتب التوزيع الكبير

عندما بدأ نشر كتب الغلاف الورقى فى الدول الغربية ، ظن كثير من الناس أن النوع الوحيد من الكتب التى سيروج بيعها بمثل هذه الطرق هى الكتب التى تتناول : الجنس ، والجريمة ، والعنف ·

ولمدة طويلة ، كان صحيحا فعلا أن الغالبية العظمى من عناوين هذه الكتب المعروضة كانت من ذلك النوع · بيد أنه رويدا رويدا ، فطن الناشرون ذوو البصيرة والشجاعة واكتشفوا قابلية رواج أنواع أخرى كثيرة من الكتب بما فى ذلك الكلاسيكيات والكتب الخاصة بكيف تعمل كذا وكذا ، وكتب الناشئة ، وكتب التاريخ والادب والفلسفة وعلم النفس والاعلام المفيد ، وهلم جرا ·

ومع تطور مايسمى « بالكتاب ذى الغلاف الورقى الغالى الثمن » (الذىيباع فى الولايات المتحدة الأمريكية بثمن يتراوح بين دولار وثلاثة دولارات بدلا من خمسين سنتا لكتاب الغلاف العادى ، أو من ستة الى عشرة دولارات للنسخة الأصلية ذات الغلاف السميك) ، فانه يوجد الآن مجال واسع من الكتبالتى تتناول كل موضوع تقريبا ، وخصوصا الكتب المفيدة للقراءة الاضافية فى مقررات الجامعة ·

وهذه « الكتب ذات الغلاف الورقى الغالى الثمن » تلقى أكبر رواج فى البيع فى محلات بيع الكتب خصوصا فى مجتمعات الجامعة ، ولكن بعضها يظهر أحيانا فى أكشاك الصحف ، وفى نقاط الزحام والتجمع فى مداخل ومخارج المدن ·

وفى كثير من الدول الغربية اضطر نشر التوزيع الكبير الى توطين نفسه وارساء قواعده فى منافسة ضد أنواع كثيرة أخرى من ضروب التسلية مثل مجلات الجنس ، الخ ·

وفى معظم الدول النامية ، فان ذلك التنافس لا وجود له ، أو هو أقل جدية وخطورة ·

ومن ثم فان محرر سوق التوزيع الكبير فى تلك الدول يجد نفسه أوفر وقتا ويسرا فى التركيز على الكيف فى قائمته من البداية ·

وعلى الرغم من الحجج المؤيدة لبرنامج الطبعة الثانية كما سبق ذكرها ، فسوف تكون ثمة فرص كثيرة بالتأكيد ، فى كل بلد نام ، للناشر صاحب الفكر المتخيل لتخطيط كتب خليقة بأن تروق السوق الخاص فى بلده ·

وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، كتاب رخيص ولكنه دسم وعلمى عن رعاية الطفل ، يراعي الظروف والاحوال الواقعية فى البلد بالقياس الى الاطعمة وعادات الأسرة ووسائل الوقاية الصحية ، وهلم جرا .

وسواء اكانت الكتب جديدة أم مختارات من كتب سبق نشرها ، فمن الأهمية بمكان أن يعطى الناشر الذى يعمل فى نطاق نظام التوزيع الكبير ، اهمية خاصة « لأبحاث السـوق » بأن يدرس أى أنواع الكتب يريدها القارئون حقا .

وفى الواقع من الأمر ، فان مثل هذه الدراسة أيسر وأسهل منالا فى مشروع سوق التوزيع الكبير عنها فى أى نوع آخر من النشر تقريبا ، لان « عائد تغذية المعلومات » الواردة من منافذ البيع بالقطاعى تكون منتظمة وفى شكل احصائى موصول سهل التداول ·

ولا يوجد نوع آخر من الناشرين اكثر مقدرة على سرعة المعرفة ، وبكل صحة ودقة عن أنواع الكتب التى يرغبها الجمهور ، من هذه الفئة من الناشرين بالذات ·

« الاعلان » عن كتب التوزيع الكبير

لقد وضعنا كلمة الاعلان فى السطر السابق بين هاتين العلامتين « لان كتب سوق التوزيع الكبير ليس لها اعلان مطلقا ، فى معنى معين ·

والفرق بين الدخل وكلفة الصناعة ضئيل جدا لدرجة لاتسمح بأى اعلان من النوع العادى ·

ولكن ، فى معنى أوسع ، فان كتب التوزيع الكبير تتميز بأقوى ضروب الاعلان تأثيرا وفاعلية ، ذلك أنها دائما أمام أعين الزبائن الممكنين ، فى مواقف الحافلات ، وفى المطاعم وحيثما يحتشد الناس ويتجمعون .

ومن ثم فان تصميم اغلفة كتب سوق التوزيع الكبير اكثر اهمية من الأنواع الأخـرى .

وعلى الرغم من أن طباعة الأربعة الألوان للأغلفة اللامعة غالية الثمن جدا، فان ناشر كتب سوق التوزيع الكبير راغب فى قبول ذلك ٠

ومن بين اقتصاديات الصناعة فى هذاالصدد ، اعداد طباعة الألوان لطائفة من الكتب فى نفس الوقت ، مما يقلل نفقة كل كتاب على حدة ٠

وثمة شكل آخر من أشكال الاعلان المجدى القيم الذى تحصل عليه كتب سوق التوزيع الكبير ، الى جانب العرض فى مراكز البيع كما ذكرنا آنفا ، هو العرض فى المدارس والمكتبات التى تعترف بالقيمة التربوية لجلب الكتب تحت أنظار أوسع جمهور متاح ٠

وتوجد أيضا بعض المدارس والمكتبات التى تبيع فعلا كتبا من هذه الفئة كوسيلة لتنمية وعى القراءة ٠ ومثل هذه المبيعات غالبا مايقوم بها الطلاب أنفسهم وان كانت عادة ما تكون تحت اشراف الكبار .

عناصر الكلفة فى التوزيع الكبير

الى جانب كلفة الكتب نفسها ، فان الموزع الكبير عليه أن يفكر فى تكلفة العتاد (وهى كلفة ضمن رأس المال) ، ورأس المال العامل المطلوب لانشاء وتسيير دفة نظام للتوزيع يصل الى كل أجزاء البلد ٠

ومن الصعب تدبير تلك المصروفات العامة حتى اذا أعطت الكتب ــ تفردا ــ ربحا طيبا ، ما لم يكن الحجم الكلى للعمل التجارى كبيرا جدا .

وبعبارة أخرى فليس فى وسع المرء ان يصطنع تجارة رابحة بالتوزيع الكبير لعدد قليل من الكتب فحسب ، وانما يجب أن يكون هناك تيار موصول وكبير متدفق خلال المسالك التى تم انشاؤها ٠

وهذه الحجة ــ الى جانب حجة سعة الاختيار ــ هى احدى الحجج التى تساق لاقامة خطة التوزيع الكبير على استعمال الكتب من كل الناشرين بدلا من دار نشر واحدة ، مالم يكن ذلك الناشر الواحد له قائمة كبيرة جدا لكتب نشرت من قبل ٠

ان وجود حجم كبير للعمل التجارى ، هو المقتضى الأول اللازم لخطة توزيع كبير رابحة ٠

أما الشرط الثانى فهو الافادة من أية تنظيمات لا مركزية قائمة ومسالك توزيع ، الى أقصى حد مستطاع ٠

فاذا كان ثمة موزع كتب فى منطقة ما من البلد ، موجودا من قبل يؤدى عملا ناجحا من حيث أخذ الكتب من عاصمته المحلية الى بائعى التجزئة فى المنطقة ، فان تلك المؤسسة فى وسعها اتباع وسائلها واصطناع الجهاز اللازم لتزويد مراكز البيع بالقطاعى فى المحافظة ، أو الولاية ، الخ ٠

ذلك كفيل بأن يوفر لجهاز التوزيع الكبير المركزى كلتا النفقة اللازمة والمسئولية المستمرة لاقامة نظام أو جهاز جديد فى تلك المحافظة أو الولاية ، أو قد يكون هناك خط سيارات نقل منتظم قادر على نقل الكتب من مركز الانتاج الى موزعى المناطق ، مما يوفر نفقة شراء سيارات نقل لهذا الغرض ٠

وثمة عنصر آخر من عناصر الكلفة أو حق الترجمة ، أو أية أجور أخرى خاصة بالمؤلف (أو فى حالة كتب سبق أن أصدرها ناشر آخر) يتعين تقسيمها بين المؤلف والناشر الأصلى .

ولأن نسبة الربح عن كل كتاب ضئيلة جدا ، ولأن الهدف المشترك لكل الشركاء فى هذا النوع من النشر هو بيع كميات كبيرة جدا بأثمان منخفضة بالضرورة فان معظم عقود الناشرين تشترط أن يكون النصيب المدفوع لقاء النسخة الواحدة من كتاب التوزيع الكبير أقل من النسخة العادية .

بيد أنه من بين كل عناصر النفقة فان أكثر العناصر أساسية هو طبعا ذلك العنصر السابق ذكره ، ألا وهو عنصر كلفة انتاج وصناعة الكتاب ٠ ان التخفيض الواضح لكلفة الانتاج بحساب النسخة الواحدة عندما ترتفع الكميات الى أعداد كبيرة هو أساس النجاح فى نشر الكتب بالتوزيع الكبير ٠

التدابير التجارية

يمكن انشاء مشروعات التوزيع الكبير بطرق متعددة ، سوف نقتصر على ذكر بعضها فقط فيما يلى :

١ ـ فى وسع ناشر كبير أن ينشىء خطة سوق للتوزيع الكبير لكتبه هو ٠

٢ ـ فى وسع ناشر أن ينشىء خطة تشمل كتبه من وقت لآخر ولكنه ، عموما ، يختار قائمة من الكتب من كل الناشرين ، ويتخذ التدابير اللازمة ليدفع للناشرين الآخرين حقوق النشر التى يستحقونها .

٣ ـ رجل أعمال مستقل ، لا يعمل فى أى نوع آخر من أنواع النشر ، قد يجعل النشر بالتوزيع الكبير هو عمله الوحيد ، آخذا كتبا من كل الناشرين ، وربما من وقت لاخر يتعاقد على كتب جديدة أيضا ٠

٤ ـ اخصائى فى التوزيع ، بدون أن يصبح ناشرا فى المعنى الكلى للناشر ، قد يقتصر على أخذ كتب للمحافظات ويزود بها قطاعات التجزئة ، تاركا للناشرين الذين يخدمهم مهمة أداء بقية العمل كله بما فى ذلك انتاج الكتب التى تباع للموزع بتخفيض كبير .

٥ ـ طائفة من الناشرين ، فى وسعهم أن يتعاونوا فى انشاء دار نشر متحدة للتسويق ، أو شركة توزيع بالملكية المشتركة كما سبق ذكره فى رقم ٤ السابق ٠

مزايا المدى الطويل فى التوزيع الكبير

يمكن تسويغ التوزيع الكبير كوسيلة للأرباح ـ أحيانا أرباح كبيرة جدا ـ فى نشر الكتاب ، ولعل من أكثر الحقائق ادخالا للسرور على النفس فى هذا الشأن هو أن مبيعات سوق التوزيع الكبير لا تحيف على بيع الطبعات العادية التى تباع فى محال بيع الكتب بالقطاعى ٠

بل وهناك أمثلة فى الدول الغربية تومىء الى زيادة فى بيع الطبعة الغالية ذات الغلاف السميك من كتاب ما بعد نشره بالطبعة ذات الغلاف الورقى ٠

وفى معنى أعم وأشمل ، فان السوقين تكادان تكونان مستقلتين نسبيا بعضهما عن بعض لان الجمهور الضخم الذى تعرض له كتب التوزيع الكبير لا يشمل سوى نسبة مئوية ضئيلة نحيلة هزيلة من الناس يذهبون عادة الى محال بيع الكتب ٠

وعلى الرغم من أن سبيل التوزيع الكبير له تسويغه الخاص بالقياس الى الربح ، فان مزايا المدى الطويل بالنسبة لصـــناعة نشر الكتب فى بلد ما ومصلحته الثقافية ، خليقة بأن تكون اكثر أهمية .

ان نظام سوق الانتاج الكبير والتوزيع الكبير كفيل بأن ينمى قراء ومشترى كتب فى طول البلد وعرضها ومن ثم يوسع القاعدة الاقتصادية التى تقوم عليها صناعة الكتاب توسيعا كبيرا ، ويجعل امة تقترب رويدا رويدا من هدفها الرامى الى خلق مواطنين متعلمين مثقفين ٠

ان الناشرين فى الدول النامية لا يزالون على أول الدرب فى تثمير امكاناتهم المتاحة ٠ وحتى دور النشر التى لاقت نجاحا غير عادى ركزت على المدن وعلى صفوة المثقفين ٠

ولكن ، حمدا لانتشار التعليم فى كل المناطق ، وبين كل الطبقات ، فاليه يرجع الفضل فى أن سوقا واسعة الانتشار على مستوى الوطن برمته حقا ، أصبحت الآن فى انتظار الناشرين ذوى الجراة والاقدام والفكر المتخيل ، لكى يسعوا اليها سعيا بوسائل التوزيع الكبير .

الفصل الرابع عشر

نوادى الكتب وكتب الاشتراكات

لعل من بين العدد الكبير من الانواع الخاصة من نشر الكتب التى مارستها الدول الغربية ، فان قليلا منها ما أثار الاهتمام فى الدول النامية ، أكثر من نوادى الكتب ٠

وبسبب هذه الحقيقة – وليس بسبب أن فكرة نادى الكتاب قابلة للتطبيق – بالضرورة الآن فى الدول النامية ، فهى جديرة بانتباهنا فى هذا السياق .

وبسبب وجود علاقة ما بين وسائل نشر نوادى الكتب ووسائل نشر كتب الاشتراكات ، فسوف نتناول هذه المسألة أيضا بالشرح والمناقشة ٠

وبعد النجاح الاولى الذى ظفرت به كتب النوادى ذات الطابع العام مثل « النقابة الأدبية » ونادى كتاب الشهر فى الولايات المتحدة الأمريكية ، نشأت أنواع أخرى كثيرة من نوادى الكتب ، التى تلبى اهتمامات ومصالح أنواع معينين من القراء مثل : نادى الكتاب العلمى ، ونادى الكتاب الدينى ، ونقابة أدب الناشئة . ونادى الكتاب التاريخى ، ونادى كتاب المهندسين ، الخ ، الخ .

ولهذه النوادى المتخصصة فائدتها ووسائلها المتبعة ، بيد انه من الأسهل علينا أن نفهم مشكلات وطرائق نوادى الكتب ، اذا بدأنا بالتفكير فى نوادى الكتب التى تصدر كتبا عامة خليقة بأن تروق للمثقفين من الناس من أى نوع وفى كل مكان .

والقصص والسير والتراجم وكتب العلوم العامة ذات الطابع العام هى أكثر أنواع الكتب التى تتصدى لها هذه النوادى بطبيعة الحال ٠

وثمة مفهومان رئيسيان وراء فكرة نادى الكتاب الاول ، أولهما أنه اذا استطاع ناشر ما أن يضمن بيعا كبيرا لأى كتاب ، ففى وسعه أن يزيد الكمية المطبوعة ، ومن ثم يخفض سعر البيع بسبب التوفير فى نفقة الكلفة بحساب النسخة الواحدة ·

وثانيهما ، وهو الذى كان أكثر اهمية ، على الأقل فى الولايات المتحدة الامريكية قبل نشأة التوزيع الكبير لكتب الغلاف الورقى ـ هو أنه كانت هناك طائفة كبيرة من قراء الكتب ـ باعتبار ما سيكون ـ لا تلبى طلباتهم محال بيع الكتب ، وأن من الممكن جعلهم زبائن اذا تسنى اصطناع سبيل ما لارسال الكتب اليهم بالبريد فى مقابل ذلك ·

وفى السنوات الاخيرةاصبح من الجلى أن نوادىالكتب يمكن أيضا أن تروج بين سكان المدن على الرغم من أن محال بيع الكتب فى متناول أيديهم ، بسبب الاغراءات الخاصة المتمثلة فى الأسعار الرخيصة والكتب المجانية ، الخ ، التى تمنحها نوادى الكتب على سبيل الدعاية وكسب ثقة القارىء .

ولقد أثار ذلك مشكلات جدية نتيجة للموقف العدائى من جانب باعة الكتب الذين رأوا أن ذلك يحيف على تجارتهم ويحرمهم من قسط من أرباحها ·

بيد أنه بصرف النظر عن مشاعر باعة الكتب وما يعتمل فى نفوسهم من غل ، فان أية خطة للنشر تتسبب فى كساد أو بوار محال بيع الكتب بالتجزئة ، فيقينا ستكون ضارة بالناشرين وضارة بالمجتمع ·

وسوف نعود الىهذه المشكلة ـ التى لم تحل بعد حلاكاملا ـ وهىأثر نوادى الكتاب فى مصلحة بائعى الكتب بالقطاع . بيد أنه ينبغى أن نذكر هنا أن نوادى الكتب ، على الرغم من أنه نظر اليها فى الاصل على أنها تخدم فقط السوق الريفى ، الا أنه اتضح أن لها امكانات فى المدن أيضا ·

والشروط اللازمة لنادى كتاب ناجح هى :

١ ـ عدد طيب من المثقفين القادرين اقتصاديا على شراء الكتب ، لا يتاح لهم الوصول الى محال بيع الكتب ، بالضرورة ، ممن يريدون أو يحتاجون الى

توجيه وارشاد فى اختيار أى الكتب يشترون ، أو ممن يرغبون فى الافادة فى ميزة التوفير فى السعر بوساطة الشراء من نادى الكتاب ٠

٢ ــ نظام بريدى يتميز بالكفاية فى توزيع وتسليم الكتب المطلوبة .

٣ ــ وسيلة ميسورة لتحويل مبالغ صغيرة من النقود بوساطة نظام بريدى فعال سهل يقوم على أساس « الدفع عنــد التسلم » ، او حوالات مالية بريدية ، أو وجود نظام سائد للحساب الفردى المدفوع باحدى الوسائل المعمول بها فى هذا الصدد.

٤ ــ طريقة كلها اقدام وجرأة للدعاية والترويج هادفة الى انخراط المشتركين فى سلك نادى الكتاب ٠

٥ ــ عتاد موجود للطباعة لانتاج مطبوعات كثيرة بثمن ينخفض كثيرا بحساب سعر النسخة عما هى الحال فى النسخ ذات الحجم الطبيعى ٠

(وفيما يتعلق بهذه النقطة الاخيرة ، الخاصة بالوسائل الميسرةللطباعة ، فينبغىالاشارة الى أن **التفكير الجديد** مطلوب فى حالاتكثيرة ، أكثر من **العتاد** الجديد ٠ فثمة دورطباعة فى آسيا وأفريقيا وأمريكااللاتينية ذات مقدرة وكفاية وجدارة مادية ، فى الوقت الحاضر بالذات ، وفى وسعها اصدار طبعات كثيرة رخيصة جدا بسعر النسخة ، ولكن الطباعين يفتقرون الى الفهم الواضح للتكاليف بحيثيستمرون فى أداء عمليات موصولةبنفس التكاليف الباهظة التى تقتضيها الطبعات الصغيرة . أو ، حتى اذا أفلحوا فى التوفير والتدبير، فلربما لا يجنى زبائنهم من وراء ذلك شيئا ، لمجرد أنهم على غير وعى بها ٠ وهذا الوضع لم تسلم منه الولايات المتحدة الامريكية وغيرها من الدول المتقدمة ٠ وهذه مسألة اضافية للناشرين الهادفين لتعلم كل ما فى وسعهم أن يتعلموه عن تكاليف الطبع) .

وقليل من الدول النامية من لديها الامكانات المتاحة والمقدرة ــ حالا ومباشرة ــ على الوفاء بكل هذه الشروط الخمسة المذكورة ٠

وخليق بالناشر الذى يفكر فى ولوج هذا النوع الخاص من النشر أن يعتبر مدى ما يصيب خطته من عطب أو بوار اذا ما أخفق فى الوفاء بشرط أو أكثر من هذه الشروط اللازمة .

ولقد أفلح عدد من نوادى الكتب فى الافادة من استعمال كتب أصلية حصلوا على تفويض باعادة طبعها ونشرها ، بيد أن العدد الاكبر من النوادى الناجحة (مثل ناشرى الطبعات الثانية للتوزيع الكبير التى سبق ذكرها فى الفصل السابق) اعتمدت على كتب من تحرير ناشرين آخرين . ويتم الحصول على الترخيص باعادة طبعها فى طبعات نادى الكتاب بموجب اتفاق تجارى مع الناشر الاصلى .

وبهذه الطريقة فان ناشر كتاب النادى يوفر . ليس فقط كلفة التحرير ، ولكن يوفر أيضا ، عادة ، كلفة صف أو جمع الحروف فى الطباعة . وهذه الضروب من التوفير ، مضافة الى الاقتصاد الناشىء من اعادة الطبع بكميات كبيرة ، كفيلة بان تمكن نادى الكتاب من البيع بثمن أرخص .

أما بالنسبة لنوادى الكتب الصغرى التى تنشر كتبا فى ميادين متخصصة ، ومن ثم بكميات صغيرة ،فليس من الضرورى أن تطبع كتبا على الاطلاق ، وانما فى وسعها أن تقتصر فحسب على شراء نسخ جاهزة من الكتاب من الناشر الأصلى ، وطبعا بنسبة مئوية كبيرة من الخصم .

واذا تسنى لنادى الكتاب أن يختار كتابه ، قبل أن يذهب الناشر بكتابه الى المطبعة ، فان عدد النسخ التى يطلبها نادى الكتاب يمكن أن تضاف الى العدد الذى كان الناشر سيطبعه على أية حال ، وفى هذه الحالة فان كلفة الناشر فى انتاج تلك النسخ الاضافية خليقة بأن تكون قليلة الثمن جدا ، كما اتضح لنا فى الفصل الثالث .

أما اذا اراد نادى الكتاب أن ينتج طبعته الخاصة به ، فان أرخص طريقة، هى ، عادة ، استئجار صحائف طبع الناشر الاصلى ، اذا كان الكتاب قد تم طبعه بطريقة « الاوفسيت » . أما فى حالة الكتاب الذى لم يطبع بطريقة الصفائح فمن الممكن تصويره واعادة طبعه بالاوفسيت .

واحيانا اذا كان الكتاب الأصلى ذا تصميم كبير جدا ، أو كان تصميمه من النوع المسرف فى المسافات بين السطور ،فان الدراسة الدقيقة خليقة بأن تبرهن على أن من الأرخص فعلا اعادة صف أو جمع الحروف بحيث يمكن اصدار الكتاب فى تصميم أصغر حجما وأقل صفحات بالنسبة لطبعة نادى الكتاب ٠

أما التدابير التجارية التى تحصل بمقتضاها نوادى الكتب على الاذن من الناشرين الأصليين لاعادة اصدار الكتب فهذه عادة ما تكون على أساس الثمن بالنسخة بحيث تجمع بين نسبة مئوية من ثمن غلاف نسخة نادى الكتاب (وبحيث يكون العائد مناصفة تقتسم بين الناشر الاصلى والمؤلف على نحو ما ، أنظر الفصل الثامن عشر) وبين « ايجار الصحائف » اذا استعمل النادى صحائف الناشر فى الطباعة .

وعادة ،لكى يتم اقناع الناشر الاصلى بمنح حق اعادة الطبع على الرغم من أن العدد المحدد للنسخ لم يعرف بعد ، فان نوادى الكتب تدفع قسطا مقدما أو « ضمانا » يعتبر هو الحد الأدنى الذى يدفع للناشر الاصلى ، ثم بعد ذلك ندفع مبالغ اضافية حسبما يسوغها عدد الكتب المبيعة فعلا .

كيف يعمل نادى الكتاب ؟

ثمة أنواع كثيرة مختلفة جدا من مشروعات نوادى الكتب بحيث يستحيل تسمية طريقة واحدة مشتركة عنها جميعا وتنسحب على كل طرزها . وانه لمن العبث نصح أى ناشر فى بلدمعين بأيها أفضل أو أجدى بأن يتبعها ويستعملها ٠

ولعل السياق التالى كفيل بأن يساعد على بيان السبل التى اتخذت فى هذا الصدد ٠

ولعل بعضها يوحى بالاقتباس أو التطبيق أو التعديل المناسب لكل بلد على حدة ، أو لعدد معين من البلاد ٠

الاتفاق مع المشترك

يحاط المشترك علما ، بالبريد ، كل مرة (مرة كل شهر فى بعض المشروعات) بأن كتابا جديدا على وشك الصدور من « مختارات نادى الكتاب » .

وعلى المشترك أن يرد على النادى برجوع البريد وعلى نفس البطاقة المرسلة من النادى في حدود أجل مسمى (فى ظرف عشرة أيام مثلا) برغبته أو عدم رغبته فى شراء الكتاب . فاذا لم يرد ، فمن حق النادى أن يفترض أنه يريد شراء الكتاب . (وهذا الشرط ، يعتبر فى نظر الكثيرين انه السر الحقيقى لنجاح نادى الكتاب) .

وليس من المحتم على المشترك أن يطلب كل كتاب يقدمه النادى ، ولكن حسب مقتضيات معظم شروط نوادى الكتب ، فانه يوافق على شراء عدد معين فى السنة (ربما أربعة) . وهو يتسلم ايصالا لقاء كل كتاب يأخذه ويدفع الثمن بالبريد ، عادة فى خلال ثلاثين يوما ، أو فى حالة نظام « الدفع عند التسلم » يدفع لعامل البريد المبلغ الذى يتقاضاه النادى مضافا اليه نفقات التسليم بالبريد الاضافية .

وفى معظم خطط نوادى الكتب ، فان فى وسع المشترك أن يأخذ أى كتاب سبق لنادى الكتاب اختياره بدلا من كتاب جديد .

ومن ثم ، فانه فى حالة أى ناد من نوادى الكتب التى لها تاريخ راسخ فى هذا المضمار ، فان مجال الاختيار واسع جدا أمام المشترك .

وقد تكون ثمة كتب مجانية أو فوائد او مزايا أو علاوات أخرى بعد أن يكون المشترك قد اشترى عددا معينا من الكتب . وهذه مسألة تتوقف على الخطة المعينة التى يتبعها النادى ، وتتفاوت بطبيعة الحال من ناد لاخر .

وسوف نناقش هذه الامور تحت « الاغراءات الخاصة » فى السياق التالى .

وعلى سبيل المثال لا الحصر ، نسوق هنا نموذجا نمطيا لما تحويه البطاقة المرسلة الى المشترك على النحو التالى :

« أرجو ادراج اسمى كعضو تحت التجربة فى نادى كتابكم ، وأرسلوا الى بالمجان موسوعة الفنون التى أعلنتم عنها.وأوافق على شراء أربعة مختارات شهرية أخرى فى أثناء السنة الاولى لعضويتى . ولى الحق فى الغاء عضويتى

فى اى وقت بعد شراء هذه الكتب الاربعة . فاذا استمررت بعد التجربة،فمن حقى أن أتلقى كتبا اضافية بالمجان من اختيارى لقاء كل أربعة كتب اشتريها بأثمان النادى المخفضة الخاصة بالأعضاء . وبالنسبة لاختيارى الشهرى الأول ، فأرجو أن ترسلوا الى مع الايصال الكتاب التالى ... » .

النشرة الاخبـــارية

ان النشرة الاخبارية التى ترسل الى كل المشتركين لها أهمية كبرى من حيث انها تثير الاهتمام وتحافظ على شغف المشترك ، كما أنها حليقة بأن تقنع المشتركين بشراء المزيد من الكتب علىنحو يفوق ما يحدث اذا ترك لهم الاختيار بدون هذا المحفز .

ومن الملاحظ أن النشرة الاخبارية النمطية قد تخصص على الأرجح ربع مساحتها للاعلان عنكتابها المختار الجديد ، مع نبذةعن حياةالمؤلف وأعماله ، واقتباس من الاقوال التى ذكرها النقاد تقريظا للكتاب قبل طبعه ونشره مع مقتطفات تدل على أهميته فى نظر الحجج من الثقات .

أما بقية النشرة الاخبارية فتخصص لقائمة تحوى أهم الكتب البارزة الأخرى التى يزكيها نادىالكتاب والتىفى وسع المشترك (وفق شروط معينة) أن يختار منها بدلا من الكتابالرئيسى المعلن عنه ، وكذلك قائمة مختارةمن الكتب الكثيرة السابقة التى فى وسع المشترك أن ينتقى منها ما يشاء .

وتكون النشرة الاخبارية ، عادة ، مزودة بصورة ايضاحية ، على الأقل مزدانة بصور المؤلفين ، وأحيانا برسوم منتقاة من الكتب .

لجنة الاختيار

لعل أسماء «قضاة » أو حكام كتب النوادى أو أعضاء لجنة الاختيار اصبحت اليوم أقل أهمية مما كانت عليه عندما كانت فكرة نادى الكتاب جديدة فى مستهل عهدها ، وكان المشتركون المأمولون اقل مقدرة على الحكم والاختيار بأنفسهم .

بيد أنه — حتى فى الآونة الحاضرة — فان كثيرا من النوادى لا تزال تنوه بالأسماء الشهيرة لحكامها من المؤلفين والباحثين من العلماء وجهابذة العلم أو شخصيات ذوى شهرة ومكانة مرموقة توحى بالثقة ·

ومن المسلم به طبعا ، أن القضاة لا يستطيعون قراءة كل الكتب المعروضة للفحص ، ولكن قضاة نوادى الكتب الراسخة فى الميدان هم الذين يقومون فعلا بالاختيار النهائى ، وكثيرا ما يزودون الناشر بعبارات أو أقوال يضمنها فى النشرة الاخبارية لتفسير وتسويغ اختيارهم ·

الترويج

وبسبب أنه لا يوجد نادى كتاب يظفر بتجديد عضوية أعضائه مائة فى المائة كل عام ، فان بعض الأعضاء يتخلون عن عضويتهم على نحو موصول ، ومن‌ثم فلزام على قسم الترويج أن يكون مشغولا طوال الوقت فى الحصول على أبدال تحل محل الذين تخلوا عن عضويتهم ، وهذا بصرف النظر عن الرغبة الطبيعية فى زيادة عضوية النادى بقدر الامكان على نحو موصول أيضا .

وحملة الترويج ، عادة ما تقدم حجتين :

أ — الاغراءات الخاصة من قبيل الاثمان المنخفضة والكتب المجانية ، الخ ، التى سنتناولها فى السياق التالى ·

ب — ميزة المختارات السابقة وميزة المختارات الجديدة (فرضا بأن كليهما من نفس الطراز النفيس) التى تمنح للمشترك كل شهر ·

ويستعمل كلا الاعلان بالمساحة في الصحف والمجلات ، والاعلان بالبريد المباشر ، لجذب المشتركين الجدد ، وعادة ما تكون هذه الاعلانات مزودة برسوم ايضاحية جميلة للكتب التى تنتقى منها هذه المختارات .

الاغراءات الخاصة

لعل أكثر ضروب الاغراءات الخاصة التى تمنح للمشتركين الجدد حاليا ، رواجا ، هى كتاب مجانى ، أو عدد من الكتب المجانية تعطى للمشترك وقت

توقيعه على صك الاشتراك دون أن يدفع أى شىء على الاطلاق ، اللهم الا موافقته على أن يشترى (مثلا) أربعة من الاثنى عشر كتابا مختارا من الكتب المقدمة فى العام القادم .

وثمة اغراء آخر ، كثيرا ما يمنح وهو « كتاب مجانى فى مقابل كل أربعة تشترى » .

وثمة وسيلة أخرى لا تتضمن أية كتب مجانية ، وانما تقاضى الثمن بسعر منخفض جدا عن ثمن البيع المكتوب على الغلاف لكل كتاب يأخذه المشترك ، وبعض النوادى تجمع بين عنصر أو أكثر من كل هذه الخطط على نحو ما .

شكاوى بائعى الكتب

هذه الاغراءات الخاصة ، طبعا ، هى التى تثير الاحتجاجات المرة من جانب بائعى الكتب .

ولقد كانت هناك أوقات عندما كان فى وسع المشترك فى أحد نوادى الكتب أن يشترى كتابا ما بثمن أقل مما فى وسع بائع الكتب أن يشتريه من الناشر مع خصم البيع المعهود لبائع الكتب !

ولقد حاولت نوادى الكتب ، والناشرون الذين يتعاونون معها التصدى لهذا بطرق عديدة تشمل اتخاذ تدابير يستطيع بائع الكتب فى ظلها أن يأخذ هو نفسه المشتركين فى نادى الكتاب ويتقاضى نسبة معينة عنهم ، بيد أنها لحقيقة فعلا أن بائعى الكتب لن يتحمسوا أبدا ، أو يهشوا ويبشوا لنوادى الكتب .

وخير ما يرجى هو أن معظم المشتركين فى نوادى الكتب ــ كما تقرر نوادى الكتب ، وكما سبق أن ذكرنا فى الفصل السابق فيما يتعلق بالتوزيع الكبير للكتب ــ لن يكونوا زبائن دسمين لمحل بيع الكتب حتى ولو لم توجد نوادى كتب على الاطلاق .

وانه لصحيح حقا ، فى عدد من الدول الغربية ، أن نوادى الكتب الرئيسية قد ساعدت فى تنمية عادة القراءة المنتظمة بين ملايين من الناس ، وأن طائفة منهم

سوف يصبحون زبائن لمحل بيع الكتب ، على الرغم أنه من المرجح أنهم ، لولا تلك النوادى ماكانوا ليقربوا الكتب أو يمسوها ، فضلا عن أن يقرأوها أبدا ·

ان مشكلة نادى الكتاب ضد محل بيع الكتاب ليست مشكلة هينة لا تحوج الى رأى أو اجتهاد · ينبغى اتخاذ كل سبيل ممكن لحماية مصلحة بائع الكتب والبقاء المستمر لمحال بيع الكتب ، مهما تكن حجج نوادى الكتب قوية اذا اعتبرت بحد ذاتها .

نوادى كتب المدرسة

وثمة نوع خاص من نوادى الكتب لقى نجاحا كبيرا فى الولايات المتحدة الامريكية ، الا وهو نادى كتاب المدرسة ، الذى يستعمل احدى المجلات القومية المدرسية كأساس وركيزة .

وفى ظل هذه الخطة ، فان المعلم أو لجنة الفصل التى يعينها المعلم ، تعمل بمثابة وكيل للجمع وأخذ الطلبات ·

وهناك نوادى كتب المدرسة لمختلف الاسنان للناشئة ولمختلف أنواع الكتب .

كتب الاشتراك

ان نشر كتاب الاشتراك شىء شبيه بعملية نادى الكتاب فى أنه لا يعتمد كثيرا على محال بيع الكتب ، وانما يستعمل على أوسع نطاق ممكن الاعلان بالمساحة والاعلان بالبريد المباشر ·ولكن بيع الاشتراك عادةمايستعمل على نطاق واسع طريقة البائعين المتجولين الذين يطرقون الابواب . والقيمة المالية للكتب المبيعة خليقة بأن تكون كبيرة جدا . ومن ثم فهى تستحق المضى الى أبعد الآماد وبذل كل الجهود للحصول على مشترك .

ولقد استعملت طريقة الاشتراك فى كثير من الأنواع المختلفة من الكتب ، ولكن أكثر الامثلة المعروفة المألوفة هو الموسوعة ذات المجلدات العديدة . وبصفة عامة فان بائعى الاشتراكات يحاولون التعامل فى الكتب التى لا توجد بانتظام فى محال بيع الكتب .

والدفع بالاقساط هو العادة المألوفة ، أحيانا على أساس مجلد بعد مجلد حيث ان الكتب تسلم على مدى فترة من الزمن ، وأحيانا على أساس ربع أو اية نسبة أخرى من الثمن الكلى ، فى كل قسط على حدة .

وفى بعض المشروعات فان السلسلة برمتها تسلم للمشترك منذ البداية (اذا فتح المشترك حسابا معتمدا لذلك) ، وأحيانا يوجد اغراء خاص مثل مجلد أضافى أو محفظة ترص فيها المجلدات على سبيل المكافأة لدفع الثمن بالكامل مقـــدما .

ولقد استعملت طريقة الاشتراك بنجاح فى أمريكا اللاتينية ليس فقط بالنسبة لسلاسل الكتب فى مختلف الميادين ، ولكن أيضا بالنسبة للكتب الطبية وعلى نطاق واسع جدا .

الدرس المستفاد من نوادى الكتب

وربما لا تكون وسائل نوادى الكتب وكتب الاشتراك مفيدة ، حاليا ومباشرة فى كل الدول النامية ، ولكن الدرس الذى تقدمه تلك الاختراعات فى نشر الكتاب قد لا يكون الخطة المعينة المتبعة بقدر ما هو الخيال الابداعى الخلاق الذى اصطنع وأنشأ طرائق ووسائل لبلوغ ملايين الناس ممن ما كانوا ليشتروا كتابا حتى ابتدعت تلك الحيلة الجديدة .

وليس فى وسع أى أجنبى أن يقول بالضبط أيه خطة خليقة بأن تفلح فى أى بلد ، بيد أن الناشرين ذوى العقول الناشطة والرغبة الصادقة فى الجمع بين الكسب وبين خدمة مواطنيهم ، قد يجدون طريقا على الصراط المستقيم .

الفصل الخامس عشر

الترجمة : نافذة على العالم

ان الترجمة تفتح نوافذ على العالم وتسهم فى تغذية العقل واثراء الروح على نحو لا سبيل اليه بأية طريقة أخرى . وأيا ما كانت مرحلة التطور التى بلغها بلد ما ، فلا جدال فى أنه لا يستطيع المضى فى سبيله بدون كتب مترجمة .

بيد أن مشروعات الترجمة لها صعوباتها ومشكلاتها الخاصة بالنسبة الى الناشر ، ليس فقط فى الاعداد الخاص بالتحرير ؛ ولكن أيضا على المستوى العملى والاقتصادى .

وهذا الفصل سيعالج بين الأمور التى يختلف فيها نشر التراجم عن النوع العادى من الكتب .

وطوال العصور ، كانت التراجم من بين أكثر الكتب تأثيرا ونفوذا .

والعالم الغربى بصفة خاصة يدين بالفضل العميق للاثراء والاحياء والتنبيه التى جاءت اليه عن طريق التراجم التى تمت فى بلاد هارون الرشيد والمأمون ابان العصر الذهبى لبغداد .

ولا جدال فى أن التراجم التى نقلت من التراث اليونانى الى العربية ثم فيما بعد من تلك التراجم ومن الأعمال الأصلية لعلماء العرب والفرس الى اللغات الأوربية ، قد أسهمت بنصيب يعتبر من أهم ضروب الاسهام فى عصر النهضة الأوربيـــة .

ولكن المرء خليق بألا يحصر تفكيره فى فترة واحدة أو طور أو عصر واحد لكى يجد أمثلة على مدى وكيفية تأثير الترجمة فى الفكر الغربى .

ان افلاطون ، وأرسطو ، والرازى ، ومونتسكيو ، وجفرسون ، ولوك ، وماركس ، وفرويد واينشتين وأورتيجا كلهم يدورون بخلدنا كمفكرين كان تأثيرهم عن طريق الترجمة أعظم من تأثيرهم باللغات التى كتبوا بها .

على أن فائدة التراجم ليست مقصورة على التبادل الثقافى بين الدول أو بين العصور القديمة والحديثة . ففى الدول الكبيرة التى تستعمل لغات كثيرة ، تستطيع التراجم من لغة محلية الى أخرى . أو من اللغة المحلية الى اللغة القومية ، أن تساعد فى خلق روح الاخاء والتفاهم فى نطاق الأمة الواحدة .

وفى الدول النامية قد يكون ثمة مسوغ معين للتراجم كبديل مؤقت يحل محل انواع معينة من الكتب سوف تؤلف وتكتب محليا على سبيل الانشاء الاصيل ــ بيد أبنائها فيا بعد .

فهى اذن مجرد وسيلة للحصول على أنواع معينة من الكتب المحتاج اليها ، بسرعة ، قبل أن يتسنى للكتاب والناشرين المحليين بلوغ نقطة انتاج انشائهم الأصـــيل .

ولكن بعد أن يتم اشباع تلك الحاجة المؤقتة بالكتب المحلية . فستظل دائما ــ والى الابد ــ رغبة وحاجة وضرورة فى الابقاء على فتح « النوافذ على العالم » عن طريق التراجم من الدول الأخرى ، مهما تبلغ الكتب المؤلفة محليا من الكثرة كما ومن التفوق كيفا .

وان المرء ليلاحظ فى الولايات المتحدة الأمريكية ، مثلا ، أنه كلما أصبح التأليف المحلى أكثر نموا واطرادا زاد عدد التراجم المنشورة .

وباستثناء انواع معينة من الكتب (على سبيل المثال الكتب الدراسية للناشئة فى المرحلتين الابتدائية والثانوية) التى سنفضل دائما بانشائها الأصيل على المترجم ، فان الكتب من الطرازين ــ الانشاء الأصيل والمترجم ــ لا تنافس بعضها بعضا ، وانما فى الواقع من الأمر تشد أزر بعضها بعضا ، وتشجع بعضها بعضا ، مافى ذلك أدنى ريب .

ان تطور وتنمية وارتقاء نشر الكتاب ، مسألة تسير على نهج ارتقائى فى وحدة متكاملة ، والاهتمام بالترجمة وتشجيعها ودعمها بالمدد اللازم ، مستمر على نحو موصول ٠

والدول الغربية وخصوصا الولايات المتحدة الأمريكية كانت بطيئة ومتراخية ومحجمة فى ادراك الحاجة الى الترجمة من المصادر الآسيوية والأفريقية والأمريكية واللاتينية ، وشعت مراكز الثقل بتركيز شديد جدا فى الماضى على التراجم من لغة أوربية الى لغة أوربية أخرى ٠

ولكن هذا الخطأ موضع تصحيح واستدراك فى هذه الآونة .

ولايزال الشوط طويلا فى هذا المضمار ٠

وثمة حاجة الى انجاز الكثير فى هذا الصدد ٠ وآية ذلك أنه فى الولايات المتحدة الامريكية قد زاد نشر التراجم من آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية فى السنوات العشرين الماضية بحيث فاق كل ما سبق فى تاريخ أمريكا منذ كان لهـــا وجود .

وسوف نتناول فى هذا الفصل تلك النواحى الخاصة بمشروعات الترجمة من وجهة نظر الناشر :

١ ـ اختيار الكتاب ٠

٢ ـ الخطوات العملية فى سبيل الترجمة .

٣ ـ مسائل المواءمة والتعديل والتكييف عند الترجمة الى اللغة الجديدة ٠

٤ ـ وبعض المشكلات الاقتصادية ٠

١ ـ اختيار الكتاب

لأن بعض المنظمات أو المؤسسات الأجنبية كثيرا ما تكون متضمنة على نحو ما فى مشروعات الترجمة ، فان أول وأهم شىء يذكر فى موضوع اختيار الكتاب هو أن أصحاب الشأن من الناس المحايدين هم الذين يجب ان يختاروا الكتب.

والذين يقومون بهـــذا الاختيار أو يشيرون على الناشر بشأن الكتب التى سوف يغامر برأسماله فى نشرها،ينبغى أن يكونوا ليس فقط ذوى درايةوكفاية ومقدرة تامة فى اللغة التى سيترجم منها ، ولكن ـ وبنفس الدراية والكفاية والمقدرة ـ ذوى فهم وفقه لحاجات واهتمامات القراء فى اللغة المترجم اليها .

وما لم تتوافر هاتان الخصيصتان فيمن يتصدون للاختيار فلن يقدر للكتب الصحيحة أن تختار .

وثمة مسألة هامة يجب أن تكون دائما نصب العين ، وهى : هل القراء الاضافيون لنسخة المترجمة سيكونون عديدين بدرجة كافية تسوغ النفقة ؟

فمثلا ، انه لمن العبث والسخف انفاق المال والجهد والوقت فى ترجمة مؤلف انجليزى فى الطبيعة النووية الى احدى اللغات الافريقية فى غانا حيث أن كل قارىء كفء لاستعمال الكتاب قد تعلم باللغة الانجليزية .

ومن جهة أخرى فان ترجمة مثل هذا المؤلف الى اللغة البرتغالية خليق بأن يجعل الكتاب فى متناول آلاف من القراء البرازيليين الذين ليس فى وسعهم استعمال المؤلف الأصلى ، بسهولة ويسر .

وكذلك الأمر بالقياس الى حالة أخرى . فان ترجمته الى الفرنسية كفيلة بأن تجعله يصل الى آلاف من الأفريقيين الذين لولا هذه الترجمة ما وجدوا اليه سبيلا ولتعذر عليهم الافادة منه .

وثمة مسوغ مماثل للترجمة الى اللغة القوميةفى أندونيسيا حيث تعلم الجيل القديم باللغة الهولندية ، وتعلم الجيل الحديث باللغة الباهاسية الاندونيسية .

وطبعا ، هناك أنواع معينة من الكتب تصعب جدا ترجمتها ترجمة سليمة . فالشعر مثال واضح فى هذا الصدد . وثمة أناس يقولون ، جزما وبتا : « لا يمكن ترجمة الشعر » .

وقد يكون هذا صحيحا تماما .

ولكن الأمر يحتاج الى شاعر ملهم لترجمة الشعر ، ومن المرجح أنه أخلق بأن ينشىء قصيدة جديدة عن الموضوع الأصلى بدلا من أن يترجم شعر غيره .

ومن المؤكد أن كثيرا من دارسى الادب الفارسى يقولون ان الترجمة الانجليزية الشهيرة لرباعيات عمر الخيام التى نقلها فيتز جيرالد « قد تكون أدبا بارعا ملهما ، ولكنها ليست عمر الخيام » ٠

على أن الشعر ليس سوى أوضح مثال لنوع الأدب الذى تكون فيه الكلمات بحرفها ونصها تماما فى الانشاء الاصيل ذات لون وجرس ونغم ومعان مضمرة أو مجازية لا يمكن نقلها بالضبط فى الترجمة مهما يكن حظ الناقل من النفقة فى اللغة المنقول عنها ٠

بيد أن هناك أنواعا أخرى كثيرة من الكتب لها نفس المشكلات وهذا صحيح بصفة خاصة فى كتب الناشئة التى تتضمن سجعا او استعارات أو ألفاظا مجازية ، لا يمكن أن تكون واحدة فى لغة جديدة .

ومن ثم فلزام على الذين يختارون الكتب للترجمة ان يحكموا على صعوبة مثل هذه المشكلات بالقياس الى القيمة الكلية للكتاب نفسه ٠

وبصفة عامة ، يمكن القول بأنه كلما انخفض مستوى التعلم ومعرفة القراءة والكتابة ، زادت صعوبة جعل الترجمة أمينة ومطابقة للأصل ، وفى نفس الوقت مثيرة لاهتمام القارىء وجذابةلشغفه الى درجة كبيرة .

وعلى النقيض ، كلما ارتفع مستوى التعلم ومعرفة القراءة والكتابة ، سهل على الكاتب الماهر أن يترجم ترجمة سليمة تجمع بين الدقة وبين سهولة القراءة (فيما عدا ، طبعا ، ترجمة الكتب التى تتصدى للتكنولوجيا الحديثة التى ربما تكون مصطلحاتها غير موجودة فى اللغة المترجم اليها) ٠

وفى ميدان القراءة الاضافية ، فان التراجم يمكن أن تكون مفيدة على الأخص فى « فتح النوافذ » باعطاء افكار وانطباعات عن كيف يعيش الناس فى أجزاء أخرى من العالم ٠

وعلى الرغم من صعوبة انجاز تراجم جديدة لكتب الأطفال كما سبق ان ذكرنا فانها جديرة بالمحاولة وبذل الجهد لتوسيع آفاق قراء الطبعات المترجمة .

ان كلا الكتب المترجمة والكتب الاصلية التى تعـــالج شخصيات أجنبية ومشــــاهد اجنبية ، لقيت رواجا منقطع النظـــير لسنوات عديدة فى السوق الأمريكية لكتب الناشئة .

ان شخصيات فرديناند ، وبابار ، وهيدى ، وبينج ، وعلى بابا ، وشهر زاد ــ من اسبانيا ، وسويسرا ، وفرنسا ، والصين ، وبغداد . كانت ولاتزال هى أحب الشخصيات القصصية فى كتب الناشئة فى الولايات المتحدة الامريكية مثلما هى الحال فى كثير من الدول الأخرى حيث يهيم بها الأطفال شغفا .

أما كتب القراءة الاضافية ذات الصبغة الاعلامية مثل العلوم المبسطة فهذه يمكن ترجمتها بتصرف وتعديل يلائم الطابع المحلى وحاجاته ، كما هو مشروح فى ســـياق لاحق من هذا الفصل . وهى خليقة بأن تبلغ الذروة فى القيمة والجدوى فى تنمية الاهتمام والوعى بالقراءة وكذلك فى امتداد التثقيف والعلم خارج نطاق قاعة الدرس بحيث يكون له ظهيرا .

وموجز القول بشأن اختيار الكتب ان كل كتاب يختار للترجمة ينبغى ان يحكم عليه ليس فقط من حيث قيمته فى حد ذاته فى طبعته الأصلية ، وانما بالقياس الى قابليته لان يترجم ترجمة تتسم بالجاذبية والمغزى والطلاوة والابداع .

وثمة مسألة أخرى فى هذا الصدد وهى هل التصرف فى الترجمة وتعديلها لملاءمة الطابع المحلى تعديلا مناسبا ، خليق بأن يجعل اختيار الكتاب صوابا . حتى ولو لم يكن مناسبا كليا فى ترجمة مباشرة بلا تعديل ولا تكييف ؟

٢ ــ الخطوات العملية فى سبيل الترجمة

بعد اختيار الكتاب ، فان أهم خطوة تالية من جانب الناشر فى أى مشروع ترجمة هو اختيار المترجم ، وما أكثر التراجم ــ التى تراكمت فى كل العصور والبلاد ــ على يد مأجورين لاحظ لهم من الالهام أو الذوق الأدبى .

ان الحصيلة لن تكون سوى كتب رديئة اذا اقتصرت مقدرة المترجم على مجرد الصبر فى النقل من لغة الى أخرى حتى لو التزم الامانة فى مطابقة المنقول للانشاء الأصيل وكأنه فرغ من أمره ثم يقبض أجره وينتقل الى مشروع آخر . وحتى البعض من أقدر الكتاب من ذوى المكانة الادبية الممتازة بالنسبة لما يؤلفون وينشئون بلغتهم الأصيلة ، قد ينزلقون ولو بغير ارادة الانزلاق الى ذلك الموقف عندما يترجمون .

ومن ثم فان الحاجة لا مراء ، تتطلب أناسا ذوى معـــرفة كاملة باللغة الأصلية ، وأسلوب جيد فى لغة الترجمة (التى يجب أن تكون هى لغة المترجم القومية) واحساس بأن الترجمة انما هى مناهضة متحدية على مستوى رفيع ، وعمل ادبى خلاق فيه صعوبة وعسر ، ولكنه فى نفس الوقت يعطى الجزاء الكافى والمكافأة المرضية .

بيد أن هناك شرطا آخر مطلوبا من المترجمين الى جانب الشرط المتعلق باللغة . ففى كتب الحقائق والاعلام بصفة خاصة يجب على المترجم ان يكون متفقها فى الموضوع الذى يعالجه الكتاب .

ولأن هناك كثيرا من الدول النامية يقل فيها عدد من يملكون المقدرة البارعة فى كلتا اللغتين ، فأحيانا ما يكون من المستحيل العثور على أى شخص واحد يجمع بين صفتى المترجم الجيد والمتخصص المتفقه فى موضوع الكتاب .

وفى تلك الحالات فان أحسن حل قد يكون هو اصطناع فريق متعاون من شخصين أحدهما خبير فى موضوع الكتاب والآخر صاحب مهارات وقدرات لغوية يؤدى وظيفته فى الترجمة مستعينا بمعرفة العالم الخبير فى المادة . فمثلا ، بالنسبة لكتاب أطفال عن الحيوانات ، فان الفريق قد يتكون من عالم بالحيوان وكاتب له خبرة ودربة فى الكتابة للناشئة .

واذا لم يكن من الميسور توافر فريق من اثنين للاضطلاع بالترجمة الفعلية، فمن الممكن على الأقل ان يختار كمراجع من هو قادر على فحص الترجمة قبل الطبع . على ان تكون لديه الموهبة الفنية التى يفتقر اليها المترجم .

ثم ان كل ترجمة ينبغى ان يكون لها مراجع مهما يكن حظ المترجم من المقدرة او الشهرة ..

وحتى فى الحالات التى يجمع فيها المترجم بين العلم بالمادة كحجة وثقة وبين مهارة الاسلوب ككاتب من الطراز الاول فان وجود المراجع خليق بأن يكون نافعا على اية حال ، ولو فى منع البلبلة والغموض بالنسبة للقارىء ان لم يكن فى منع الخطأ الفعلى فى الترجمة .

وفى كثير من الدول رسخ تقليد المترجم والمراجع كفريق متعاون بحيث ان كلا الاسمين يظهران عادة على صفحة العنوان.ولايرى المترجم أية غضاضة أو مساسا بكرامته العلمية اذ ينال المراجع التقدير والاعتراف بالفضل من الناس لقاء هذا العمل . وفى هذه البلاد يوجد نظام للاجور أصبح فى حكم العرف المعمول به فى مكافأة هذين الزميلين الشريكين ، حيث يأخذ المراجع ما قيمته ثلث اجر الترجمة الذى يتقاضاه المترجم .

وحيث ان هناك مشكلات متنوعة ومتعددة تكاد تكون مقصورة على كل لغة على حدة للترجمة الى كل اللغات التى تعنى قراء هذا الكتاب فلا جدوى من محاولة اى مناقشة تفصيلية لها هنا .

على أن اعظم مشكلة عامة طبعا ، انمـــا تنجم من الافتقار الى معاجم « قواميس » جيدة ذات لغتين بين اللغات الأصلية ولغات الترجمة .

وبسبب هذا الافتقار ، فان الناشرين الذين لهم خبرة طويلة فى أعمال الترجمة يستعملون عديدا من الأبدال المتاحة التى تحل محل هذه المعاجم «القواميس» .

ومن بين هذه الأبدال التى تحل محل المعاجم « القواميس » ذات اللغتين ، فان من اكثرها فائدة مجموعة الفهارس ومعـــاجم الشروح والمصطلحات الموجودة فى الكتب التى سبق نشرها عن نفس الموضوع .

صحيح انها كلها قد لاتكون متسمة بطابع الحجة العلمية الدقيقة ، ولكنها على الأقل خليقة بأن تدل المترجم على المصطلحات والألفاظ التى آثر من سبقوه استعمالها فى نفس المـــادة .

وعلاوة على ذلك ، فثمة طائفة كثيرة من المعاجم والفهارس الجزئية ذات اللغتين اصدرتها معاهد ومؤسسات وهيئات علمية مثل مجمع اللغة العربية فى مصر وغيرها ، وديوان باهاسا دان بوستاكا فى كوالا لامبور ، ووزارات التربية والتعليم فى كثير من الدول ٠

وفى أى عمل من اعمال البحث العلمى ، خصوصا فى الميادين العلمية التى لم تستقر وتثبت ثبوتا كاملا بعد ، وليس الاتفاق عليها عاما بين أهل الذكر ، فمن المفيد للمترجم أن يترجم الفهرس قبل أى جزء آخر من الكتاب . ولهذه الطريقة قيمة خاصة عندما يعمل فريق من عدد من المترجمين فى ترجمة مؤلف كبير حيث تدعو الحاجة الى الاتفاق على المصطلحات من البداية .

والناشرون الذين يدلون بدلوهم على نحو موصول فى نشر كتب فى ميدان معين بالذات ، أحيانا يعدون بطاقة فهرست لكل فهارس الكتب التى نشروها فى ذلك الميدان ٠

وحيث لا تكون ثمة كلمة متفق عليها عموما بالاستعمال فى الترجمة فيجب اتخاذ قرار بين صياغة واصطناع كلمة جديدة ــ أو كما هو الاجراء المتبع فى أغلب الأحيان فى معظم اللغات الغربية على الأقل فى العلوم ــ محاولةاتخاذ الصيغة الدولية للكلمة ، مع شىء من التعديل الطفيف أو الاختلاف فى التهجى.

وطبعا ، من المسلم به أن أعظم مشكلة عسيرة فى كل أعمال الترجمة هى: هل يتمين أن تكون صحيحة ومطابقة حرفيا ؟ أم ينقل المعنى الكامل للمؤلف حتى ولو لم يكن اداء ذلك بالترجمة الحرفية كلمة كلمة ؟

ولا يمكن الاجابة عن هذا السؤال على نحو عام يتضمن عموم التطبيق وعموم السريان ٠

فكل مسألة فى هذا الصدد ينبغى أن يبت فى أمرها على حدة ، ليس فقط عقل المترجم وانما أيضا ضميره . أما الشىء الوحيد الذى لا يغتفر فهو أن يعمد المترجم الى حذف الفقرات أو العبارات الصعبة دون أخذ رأى الناشر وموافقته على هذا الحذف .

وكتعليق اخير على مشكلات المترجمين ، ينبغى القول بأن معدل الأجر ، على اساس عدد الكمات ينبغى أن يكون أعلى بالنسبة لكتب الأطفال عما هو عليه بالنسبة لاية كتب اخرى لأن عدد الكلمات قليل ولكن البراعة الفنية فى الترجمة والجهد المبذول فى جعلها ملائمة لمستوى مدارك الطفل فى لغته ، أمور عسيرة تتطلب دقة وعناء ٠

٣ ـ الملاءمة او التعديل

ان الضمير ، وكذلك الذكاء ، يلعبان دورا رئيسيا فى القرارات التى تتخذ بشأن الملاءمة أو التعديل كما هى الحال فى مسألة الترجمة الحرفية التى سبق ذكرها ، وخصوصا فى كتاب يتصدى لقضية خلافية ، فمن الجلى انه من الاخلال بواجب الأمانة العلمية اجراء اية ملاءمة أو تعديل أو تنقيح ، حتى ولواقتصر الأمر على اختيار حذف بعض العبارات على نحو يغير الفكرة أو الرسالة التى يحاول المؤلف اعطاءها للقارىء .

بيد أن الملاءمة الحصيفة أو التعديل الحكيم ، من الممكن أن يكون من أفعل الطرق التى تجعل الكتاب ـــ فى ترجمته ـــ بنفس القيمة والمغزى تماما مثلما هو فى لغته الأصلية سواء بسواء .

وثمة درجات ونسب كثيرة للملاءمة ، تتفاوت من تغييرات طفيفة فىالكلمات أو التحويل للمقاييس الىالرموز والأعداد المألوفةوماشابه ذلك،الى تغييرات كبيرة تتضمن حذفا أو اضافة لفصول كاملة ، أو تبديلا لاحلال نموذج فنى جديد كليا مكان الأصل ، أو فى الحالات المتطرفة كتابة مؤلف جديد ـــ فى الواقع من الأمر ـــ على أساس المؤلف الأصلى .

وشبيه بعملية المواءمة هو أن يعهد بكتابة مقدمة للكتاب يكتبها أحد الكتاب المحليين المشهورين أو أحد العلماء المختصين فى موضوع الكتاب المترجم . وهذا يساعد القارىء وهو يستهل قراءة الكتاب على تبين الأهمية المحلية للعمل الوارد من الخارج ، الأمر الذى قد يبدو « أجنبيا » و « غريبا » لولا هذه المقدمة .

وفى كتب الحقائق والمعلومات ، فان المتن خليق بأن يكون اكثر اساغة وفهما اذا ضربت الأمثلة من الثقافة المحلية بدلا من ذكر أمثلة مستقاة من أشياء أو عادات من وراء البحار .

وانه لمن المستحيل ، أو على الأقل من الخطأ عادة ، فعل ذلك فى أعمال القصص حيث يكون المشهد الاجنبى أو مسرح الأحداث جزءا متكاملا من سياق القصة ، وفى نفس الوقت قيمة من قيم « فتح النوافذ » المسوغة للترجمة .

وانه لمن العبث والسخف على سبيل المثال ، اذا تناول الغربيون قصة « حاجى بابا » بالتعديل أو الملاءمة وأطلقوا على البطل اسم « بوب ايفانز الليفربولى » ، وحذفوا كل الدلالات والاشارات الاصفهانية التى تعطى للكتاب سحره وطلاوته وحلاوته وميزته الخاصة .

وعلى سبيل الاقتراح فقط ، فاننا نقدم فيما يلى أمثلة وأنواعا وضروبا من التعديل أو الملاءمة التى يجدر النظر فيها واعتبارها ، وهى مستقاة من قوائم الناشرين فى مختلف الدول ، الذين تعاونوا مع مؤسسة فرانكلين ابان الاثنى عشر عاما الأخيرة .

١ ــ فى كتاب للناشئة عن النساء اللاتى أصبحن شهيرات ، حذفت الطبعة الاندونيسية فصلين من فصول الكتاب عن نساء الغرب ، واضافت فصلين جديدين عن امرأتين اندونيسيتين مشهورتين هما : كارتينى وماريا أولفا سانتوزو .

٢ ــ فى الطبعة البنغالية من كتاب للاطفال عن الجو ، حلت أمثلة عن جو جنوب آسيا محل الأمثلة الخاصة بأمريكا الشمالية فى الكتاب الأصلى .

٣ ــ فى كل التراجم التى تتم تحت اشراف فرانكلين ، لموسوعة كولومبيا الميسرة . Columbia - Viking Desk Encyclopedia

استبعدت الهيئة القائمة بهذا العمل فى كل دولة آلاف المدخلات ذات الطابع الغربى البحت والتى رأوا عدم اهميتها للقارىء المحلى ، وكتبوا آلافا من

المدخلات الجديدة عن الدين والتـاريخ والفن والحيوانات والنباتات ذات الاهمية المحلية .

٤ ـ فى طبعة عربية لكتاب فيهاستشهادات من آيات من الانجيل ، زود المحرر الكتاب بتذييلات تنص على الآيات المناظرة من القرآن الكريم .

٥ ـ فى مئات من طبعات كتب المعلومات التى تبين للناشئة كيف يجرون التجارب ، او التى توضح التجارب الشارحة للحقائق العلمية ، رسمت اشكال جديدة لتبين الوجوه المحلية والأزياء المحلية والأشياء المحلية المألوفة بدلا من الامثلة الأجنبية الواردة فى الكتب الأصلية .

٦ ـ فى الطبعة الاوردية ، المقدمة عن فن الرسم بالألوان للناشئة ، حذفت بعض الصور والرسوم الاصلية التى تعتبر مكروهة أو حراما فى بلد اسلامى، وحلت محلها رسوم جديدة تعرض بعض أعمال الرسام الباكستانى العظيم تشوغاتى .

٧ ـ فى كل طبعات كتاب « هذا مذهبى » التى نشرت تحت اشراف مؤسسة فرانكلين ، ترجم من الكتاب الأصلى عدد من الفصول وقام بعض مشاهير الكتاب فى الدول التى نشرت فيها الطبعات المترجمة ، بكتابة عدد مماثل لها .

٨ ـ فى الطبعة البرتغالية لكتاب أمريكى بعنوان « مرشد الآباء فى قراءة الأطفال » قام المحرر البرازيلى باحلال أمثلة لكتب بالبرتغالية محل اسماء الكتب الانجليزية المذكورة فى الكتاب الأصلى .

٤ ـ اقتصاديات نشر التراجم

من وجهة نظر الناشر ، فان اهم حقيقة أساسية اقتصادية عن نشر التراجم هى أن هناك حاجة غالبا لدفع مبلغ اضافى للاعداد التحريرى .

وما لم يكن الناشر « قرصانا » أو كان ينشر اعمالا لم تدخل بعـد ضمن اتفاقية حقوق النشر ، فيجب عليه أن يدفع شيئا كجعل للمالك الأصلى فى

البلد الأجنبى . وفضلا عن ذلك فلزاما عليه أن يدفع اما حق النشر ، واما مبلغا متفقا عليه للمترجم والمراجع فى بلده .

ولهذا السبب الخاص بالنفقة المزدوجة ، فان الناشرين عندما يبيعون حقوق الترجمة لناشر فى بلد آخر ، فانهم عادة يدركون الانصاف والعدل فى اقتضاء أجر أقل مما يتقاضونه عادة عن كتاب بلغتهم .

وثمة مشكلة اضافية خاصة عندما تكون مستويات الاقتصاديات فى البلدين مختلفة تمام الاختلاف بعضها عن بعض ، ذلك أن مبلغا قد يبدو عادلا ومجزيا من وجهة نظر الناشر الأصلى ، قد يبدو أمرا مستحيلا عندما ينظر اليه بحسب الاقتصاد المحلى للناشر الذى يريد اصدار الترجمة . وفى هذه الحالات فان الناشر الذى يبيع الحقوق ، اذا كان حكيما ومحنكا وذا خبرة ، فانه قمين بأن يكيف تفكيره ومعدلات أجوره للظروف والأحوال الجديدة .

وثمة مشكلة أخرى ، تتصل بهذه جزئيا ، تنجم فى البلاد التى تفرض ضريبة عالية جدا على أموال حقوق الطبع والنشر التى تحول الى الناشر الأصلى ، لدرجة ان المبلغ الذى يدفعه الناشر المترجم قد يقتطع الى النصف تقريبا عندما يصل فى النهاية الى بلد المالك الاصلى لحقوق الطبع والنشر .

وفى هذه الحالات ايضا ، فلابد من أتباع قاعدة منطقية معقولة . ينبغى للناشر المترجم ان يكون مستعدا ــ اذا اراد الاستمرار فى اصدار تراجم ، واذا لم تكن ثمة فرصة لتغيير قوانين الضريبة فى بلده ــ لأن يدفع أكثر لقاء حقوق الترجمة وأزيد مما يحسب انه يجوز دفعه فى حالة انتفاء هذه الظروف .

وهناك حقيقة اقتصادية ينطوى عليها كل شىء عن التراجم ، وهى أن المؤلفين الأجانب ليسوا معروفين جيدا ، بصفة عامة ، وأن الناشر يجب عليه مرارا وتكرارا أن يولى عناية خاصة ، وربما يدفع كلفة خاصة ، فى الدعاية والترويج لكى يوازن النقص الموجود فى الاهتمام التلقائى .

ان اسم المترجم واسم المقدمة ، والرسوم الفنية الجديدة لتصميم الغلاف وزخرفته ، وجاذبية العنوان فى اللغة الجديدة المترجم اليها ــ كل هــذه العناصر خليقة بأن تكون مفيدة ومجدية فى ترويج اى كتاب مترجم .

ان اشراف اونو لكتاب بورمى مترجم عن الأمريكية كان بلا ريب السبب فى أنه أصبح أروج كتاب طرأ فى بورما على نحو موصول .

خاتمــــة

لأننا أولينا قسطا كبيرا من الاهتمام للمشكلات والصعوبات الخاصة بعمل الترجمة ، فينبغى لنــا أن نؤكد حقيقة أن كثيرا من أنجح مشروعات النشر واعظمها فلاحا فى التاريخ كله ــ انجحها بالقياس الى ربح الناشر ، وكذلك بالقياس الى تأثيرها وقيمتها الادبية ــ كانت تراجم .

ان « الكتالوج » الأمريكى العام « كتب الغلاف الورقى تحت الطبع » الذى يسرد قائمة بأسماء الكتب التى راجت جدا بحيث اعيد طبعها بأعداد كبيرة فى نسخ مغلفة بالورق ، يشمل مئات ومئات من التراجم . وفى فرنسا فى فترة خمس سنوات تنتهى بعام ١٩٦٤ ، فان عدد الكتب المترجمة التى نشرت كان ثمانية آلاف ، اى ١٢٫٥ فى المائة من مجموع كل الكتب التى نشرت فى فرنسا ابان كل تلك السنوات .

وليس ثمة ريب فى ان التراجم سوف تستمر فى ان تنشر فى كل البلاد ، سواء المتقدمة أو النامية ، وسوف تستمر فى الاسهام ، مثلما اسهمت طوال التاريخ ، ليس فقط فى نقل افكار كبار المفكرين فى كل الأمم ولكن أيضا فى اعطاء الناس الاحساس بالمشاركة فى حياة الآخرين فى العالم بأسره .

الجزء الرابع

البناء من أجل المستقبل

الفصل السادس عشر

المكتبات ، ومعرفة القراءة والكتابة ، وتنمية القراءة

ان ناشرى الكتب الذين يبتغون بناء مستقبلهم ، بالاضافة الى الاسهام فى التقدم التربوى والاقتصادى لبلادهم ، خليقون بأن يفعلوا كل ما فى وسعهم لمساعدة تنمية وانشاء وتطور المكتبات ، والتخطيط الذكى والتنفيذ العملى لحملات محو الأمية ، والنهوض بمستوى تعليم القراءة ، فهـذه هى افضل الطرق لزيادة عدد الذين يقرأون الكتب ، وزيادة عدد الكتب التى سوف يريد قراء الكتب شراءها .

وكل المواطنين الصالحين يريدون تقديم العون فى تحقيق هذه الأمور . ولكن ناشر الكتب لديه حافز اقتصادى فوق ذلك .

فالمكتبات والتعلم وتنمية الوعى بالقراءة ونشر الكتاب ، كلها مسائل ترتبط بعضها ببعض ارتباطا وثيقا ، وأى تحسين أو نهوض بمستوى أى عنصر منها له تأثير مباشر مؤازر فى العناصر الأخرى .

والمكتبات لا يمكن أن توجد ، ما لم تكن هناك صناعة لنشر الكتاب تنتج الكتب وتغذى المكتبات بالكتب التى تحتاج اليها . ثم ان نشر الكتب للأنواع المختلفة التى تعتمد الى حد كبير على البيع للمكتبات (مثـلا كتب القراءة الاضافية للناشئة) لا يمكن أن توجد بدون مكتبات .

ان حملات التعليم ، بانتاجها قراء كتب للمستقبل انمـا « تصنع زبائن للناشرين » .

بيد أن الناشرين يجب ان يوجدوا النوع السديد من المادة القرائية للمتعلمين الجدد ، والا فان هؤلاء المتعلمين الجدد وحملات التعليم التى نقلتهم من الأمية الى التعلم ، ومن الجهل الى المعرفة ، سوف تذهب ادراج الرياح ، ويعود المتعلمون سيرتهم الأولى ، الى الأمية والجهل .

متعة القــراءة

ان متعة القراءة ، بمجرد أن يكتشفها قارىء جديد ، خليقة بأن تمكنه من المضى قدما فى تعليم نفسه وتثقيف عقله حتى بدون وجود المعلمين الكافين أو الاستمرار فى التعليم بالمدرسة ، بشرط أن تكون الكتب فى متناول يده وبشرط أن تكون ممتعة فى قراءتها لانها تشبع حاجاته وميوله واهتماماته · ان تشجيع تنمية القراءة التى من هذا النوع ، والمتقدمة من المستويات الأدنى الى الأعلى على نحو موصول ، أمر من الواضح انه فى مصلحة ناشرى الكتب .

ولكن اذا لم يقــدم ناشروا الكتب نوع مادة القراءة التى ستروق للقراء الجدد ، فان أجهزة التعليم والمكتبات لا تستطيع أداء مهمتها .

ورب قائل يقول ان العبارات السابقة واضحة وضوح الصبح لذى عينين ومعروفة للجميع ·

وهذا صحيح

ولكننا نعيد قولها لما لها من أهمية جبارة غلابة بالقياس الى مصلحة الناشر الاقتصادية فى المدى الطويل ·

والذين أسهموا فى تأليف وتصنيف هذا الكتاب من الجانب الغربى ينبغى لهم أن يعترفوا خجلين أن الأمر اقتضى بضعة قرون لكى يكتشف النــاشرون الغربيون هذه الأقوال الواضحة المألوفة .

ففى الولايات المتحدة ، وهذا مثال واحد ، لم تفهم العلاقات فهما كاملا الا فى السنوات الخمس والعشرين الاخيرة فقط حيث امسك الناشرون الأمريكيون بزمام المبادرة فى السعى لتقــديم العون فى النهوض بالمكتبات وتنمية الوعى بالقــراءة .

وثمة علامات كثيرة تومىء الى أن الدول النامية تمضى مباشرة نحو تحقيق كثير من الأهـداف فى ميادين كثيرة دون اللف والدوران فى الدرب الطويل الملتوى على غرار أوربا وأمريكا .

ولعل ذلك سيكون هو الحال فى هـذا الأمر الخاص بعـون الناشرين ومساعدتهم للمكتبـات وتنمية وعى القراءة . وليس ثمة ما هو اكثر عونا ودعما ـ للانتعاش الاقتصادى والقيمة التربوية ـ لنشر الكتاب فى آسيـا وأفريقية وأمريكا اللاتينية ـ من الجهد المصمم الهادف الذى يبذله الناشرون فى تلك النواحى لتعبئة الرأى العام وحشد قواه من اجل :

ا ـ نظام مكتبات قومى شامل .

ب ـ متابعة فعالة لحمـلات محو الأمية والتعليم بتزويد مادة قرائية للمتعلمين الجدد .

ج ـ تحسين وسائل تعليم القراءة (وشرح وبيان متعة القراءة) فـى المدارس .

وسنحاول فى هذا الفصل أن نذكر بعضا من الأمور التى يخلق بالناشرين ان يضعوها نصب اعينهم بشأن :

١ ـ المكتبات .

٢ ـ حملات محو الأمية وتنمية وعى القراءة .

٣ ـ تعاون الناشرين مع المكتبات .

وهذه أمور فى غاية التعقيد ، ولقد تناولها اهل المهنة من الخبراء المختصين بالدرس العميق فى بلاد كثيرة .

وليس فى وسـعنا فى هذا السياق ان نفعـل اكثر من أن نقترح بعض الاعتبارات العامة من وجهة نظر المصلحة القومية ومصالح الناشرين كرجال أعمـال .

خير صديق للناشر

ان المكتبات فى حد ذاتها زبائن للكتاب · وكلما زاد عدد المكتبات ، زاد عدد الزبائن · ثم ان المكتبات توجد شهية القراءة ، وهذا خليق بأن ينتج رهطا من الزبائن فى الفترة الآتية ، ومن ثم فان المكتبة هى خير صديق للناشر ، واذا كان الناشر حصيفا ، فخليق به أن يصبح هو بدوره خير صديق للمكتبة .

وكل دولة تحتاج الى مكتبة قومية ، مزودة بكل مايلزمها من عتاد واجهزة وادوات وموظفين وكتب ومراجع لكى تكون بمثابة المستودع الرئيسى للكتب فى تلك الدولة . ولتكون أيضا (وهذا أمر متوقف على نظام المكتبات فى البلد) مركزا للتوجيه والارشاد وامداد سائر المكتبات بخدمات الفهرسة والتزود وغيرها من الخدمات المركزية الخاصة بهذا الميدان فى البلد ·

أن وظيفة ذلك النوع من المكتبات الكبرى المركزية أمر مفهوم لا يحتاج الى مزيد من الشرح ·

وانا لنؤثر فى هـــذا السياق أن نؤكد أهمية وحدات المكتبات الصغـــرى اللامركزية مثل مكتبات المجالس البلدية والمكتبات العامة فى المدن (بخلاف العـــاصمة) والمكتبات الفرعية فى الأقاليم والجيرة ، وقاعات المطالعة ؛ ومجموعات الكتب للعمال فى المنشآت الصناعية ، وكذلك ــ ولعلها اهم نوع من المكتبات من حيث أثرها الدائم على جمهور الناس ــ مكتبات المدارس ومكتبات القرى ·

المكتبات الاقليمية (نسبة الى المديريات او المحافظات)

ثمة مثال بارز لمكتبة المحافظة ، وهى المكتبة الموجودة فى اينوجو بنيجيريا الشرقية ، وهى لا تزود المواطنين بمكتبة عامة هائلة فحسب ، وانما تؤدى خدمة كافية واسعة الانتشار مستخدمة سيارات بمثابة مكتبات متنقلة يمكن أن تسمى المكتبات السيارة ، وكذلك مكتبات منبثة فى أرجاء المنطقة .

وفى بلد أفريقى آخر ، هو غانا ، تؤدى المكتبة القومية فى العاصمة أكرا ، خدمة مماثلة فى توجيه خدمة مكتبية تصل الى الاطراف البعيدة من البلد ·

ومن ضمن مكتبات المدن ، فان المكتبة القائمة فى تبريز بأقليم اذربيجان فى ايران ، تستحق تنويها خاصا . وهذه المكتبة الطوعية التى تعمل مددا واداء وفق نظام متطوع تعتبر خاصة ، بمعنى انها ليست حكومية ، ولكنها مفتوحة للجمهور يستعملها كيف يشـــاء ، وأنه لاســـتعمال متميز بالكثرة والوفرة والذيوع حقـــا . وحتى فى أثناء العواصف الثلجية فان صفوف « طوابير » الناس يمكن أن ترى فى الشـارع واقفة فى انتظار المقاعد الى أن تصبح خالية فى قاعة المطالعة الكبرى . وثمة قسم لكتب الناشئة بالمكتبة يغص بطـــلاب المدارس الابتدائية فى تبريز حيث يذهبون مع معلميهم فى أثناء اليوم الدراسى وحيث يقوم أمين المكتبة المكلف بقسم الأطفال بشرح نبذة عن هـــذه المكتبة وما تحويه من مغريات يستطيع الطلاب الصغار أن يرجعوا اليها من تلقـــاء انفسهم فى غير أوقات الدرس للمطالعة الحرة .

مكتبات المدن

فى المدن الكبيرة قد يكون الحجم كبيرا جدا بالنسبة لمكتبة واحدة تخدم كل الناس . أن المسألة لا تعدو انه من العسير جدا على كل القصاد أن يأتوا الى مكان واحد .

ومن ثم فان الحل الواضح ، الرائج الاستعمال فى الدول الغربية ، هو نظام من المكتبات الفرعية الصغيرة فى أجزاء مختلفة · فمثلا ، فى ذلك الجزء من مدينة نيويورك المسمى بروكلين ، الذى يبلغ سكانه زهاء ثلاثة ملايين نسمة ، فانه بالاضافة الى مكتبة مركزية كبرى ، توجد أكثر من خمسين مكتبة صغرى ·

وبفضل حجمها ، فان مكتبات الاقاليم والمدن الكبرى لها ميزة مقدرتها على أداء خدمات خاصة مثل اعداد قوائم قراءة ، وتنظيم معارض الكتب ، وربما أيضا انشاء مكتبة مدرسة ، أو على الأقل اعطاء مقررات تدريبية لامنـــاء المكتبات ·

ومن الجلى أيضا أن المكتبة الكبرى تستطيع أن يكون لديها أخصائيون (مثلا امين مكتبة مختص فى كتب الاطفال) ضمن موظفيها ، فى حين أن المكتبات الصغرى تضطر الى المضى فى خدماتها بأمين مكتبة واحد ، بل وربما بدون أى أمين مكتبة مدرب على الاطلاق ٠

وللمكتبات الكبرى مزايا كثيرة ٠

أما شدة اهتمامنا فىهذا الفصل بالمكتبات الصغرى فينبغى الا يؤول على أنه حجة ضد المكتبات الكبرى ، فلا جدال فى أنها ضرورية ــ على سبيل الحتم ٠ ولكن كل بلد من البلاد النامية تقريبا له مكتبة قومية أو مكتبة عامة كبرى على نحو ما ، فى حين ان انشاء أو تنمية مكتبات المدارس لا تكاد تظفر الا باهتمام ضئيل نسبيا ٠

ولأن مكتبات المدارس والقرى يمكنها ان تتغلغل الى ابعد اجزاء البلد الى المناطق التى تبدو فيها المكتبة القومية بالعاصمة وكأنها فى نفس بعد أبعد بلد أجنبى ، فان انشاءها ونموها وتنميتها ، ينبغى أن تكون محور الاهتمام الرئيسى فى العقد القادم ٠

مكتبات المدارس

تناولنا فى الفصل الثانى عشر ، الحاجة الأساسية والموصولة لكتب القراءة الاضافية ٠ واتضح لنا أنها ليست نوافل أو حواشى أو بدعا ، وانما هى فروض من صميم جوهر التربية ٠

ان المكتبة المدرسية هىأسهل وأرخص سبيل طبيعى لجعل مثل هذه الكتب فى متناول الأطفال الذين ليس فى وسعهم شراؤها بأنفسهم ، أو على الأقل لم يتعلموا بعد عادة القراءة من أجل المتعة أو اللذة ٠

وفى أية مدرسة كبيرة ، فان المكتبة قد تضم أيضا عددا من المراجع مثل المعجم « القاموس » ودائرة المعارف والأطلس . وقد تحتوى ايضا طائفة من الكتب لاستعمال المعلمين لا الطلاب ٠

وعلى أية حال،فان الغرض الرئيسى من مكتبة المدرسة هو أن تزود القارىء الناشىء بعدد مختار من الكتب يستطيع ان يختار منه ما يشاء من الكتب التى يريد هو قراءتها ·

وحتى مجموعة صغيرة من اثنى عشر كتابا أو اكثر أو أقل،خير من لاشىء. وان كان من الواضح أن ضروبا متنوعة من الأذواق يمكن اشباعها اذا توافرت كتب كثيرة ·

وعلى الأخص فى المراحل الأولية من انشاء نظام مكتبات مدرسية ، عندما تكون كل مجموعة على حدة من الكتب الصغيرة نسبيا بالضرورة ، فمن المجدى ، بل ومن الممكن أحيانا ، تدبير نظام لتبادل مجموعات الكتب بين المدارس كل بضعة أشهر · وتتخذ الدول المختلفة سبلا مختلفة لتمويل مكتبات المدارس ·

وأحيانا يكون هناك نظام مركزى لشراء الكتب بوساطة وزارة التربية والتعليم التى تتولى بعد ذلك ارسال الكتب الى المدارس ·

أو أحيانا ، تعطى الوزارة لكل ناظر أو مدير مدرسة مبلغا صغيرا يتفاوت حجمه طبقا لعدد التلاميذ بالمدرسة ، فيشترى به الكتب اللازمة ·

ويوجد أيضا عدد من البلاد ، كأندونيسيا مثلا ، وعدد من دول أمريكا اللاتينية ، تقدم فيه بعض الطوائف الخاصة أو نوادى الآباء فى المجتمعات المحلية بالتبرع للاسهام فى شراء الكتب ·

وثمة ضرب مختلف من فكرة المكتبة المدرسية ، وهى خطة مكتبات الفصول التى تتضمن تزويد قاعة الدرس بطائفة محدودة من كتب القراءة الاضافية توضع على أرفف مفتوحة فى متناول الطلاب ·

ولهذه الخطة مزاياها طبعا ، فى أنها تستهوى الطلاب الى التقليب فى الكتب · ولكن ادارتها أكثر صعوبة ، ثم انها أكثر نفقة فى الثمن الاصلى وثمن الكتب المفقودة ، عما هى الحال فى وجود نظام مركزى تحت اشراف وضبط أحد المعلمين أو المعلمات بالمدرسة ·

ويلوح لنا أن نظام مكتبات الفصل ، على الرغم مما له من قيمة وجدوى ، الا أنه صعب وباهظ النفقات ، فيما عدا حالات خاصة لا يقاس عليها ، فى المراحل الأولى لنظام مكتبات المدارس .

وثمة مسألة جديرة بالذكر .

فالمدارس الكبرى فقط هى التى يتسنى لها التزود بأمين مكتبة يعمل طول الوقت ، ولكن كل مدرسة لديهـا مجموعة من الكتب تحتاج الى شخص ما مسئول ، ليس فقط لحراسة الكتب والعناية بها ، وانما أيضا لمساعدة الناشئة وارشادهم وتوجيههم بشأن كيفية استعمالها والانتفاع بثمراتها .

والذى يحدث أن الناظر أو مدير المدرسة يكلف أحد المعلمين بهذه المسئولية ـ جزءا من الوقت . ومن الممكن التزود بشىء من التدريب فى هذا الصدد فى مقرر صيفى لمدة قصيرة لا تتجاوز أسابيع قليلة يحضره جميع المعلمين العاملين بالمنطقة على اعتبار أن أعمال المكتبات جزء لا غنى عنه فى جدول أعمال اى معلم فى أية مرحلة من مراحل التعليم .

وعلاوة على ذلك ، فيمكن اعداد كتيب يوضح للمعلم كيفية تناول وتداول مجموعة الكتب والتصرف فى أمرها ، وكذلك ـ وهذا أهم بكثير فى الاعتبار التربوى ـ كيف يعد الناشئة ويهىء أذهانهم لاستعمال الكتب ، وكيف أن القراءة الاضافية خليقة بأن توسع مدى تعليم الفصل وتكون له ظهيرا .

وبهذه المناسبة ، فجدير بالذكر أنه لن يقدر لنظام مكتبة مدرسية أن يعمل ، اذا اعتبر المعلمون مسئولين مسئولية مالية عن ضياع الكتب . ففى ظل أية قاعدة من هذا النوع ، فمن الطبيعى أن المعلمين سيفعلون كل ما فى وسعهم لتحديد استعمال الكتب ، بل انهم قد يذهبون الى حد تخزين الكتب وحبسها بالقفل والمفتاح . ومن ثم فلا جدال فى أن فقدان بعض الكتب أو ضياعها يجب أن يقبل كجزء من نفقات أية مكتبة مدرسة .

على أن الادارة الكافية الحازمة خليقة بتقليل المفقود الى الحد الأدنى ، وهذا طبعا هدف ضرورى لتلافى التشجيع العامد للسرقة .

ولكن يجب ان ندرك ان الكتاب المسروق نفسه واجد طريقه فعلا الى ان يقرأ . اليس هذا هو الغرض من اى كتاب !

وللأسباب السابق تفصيلها فى الفصل الثانى عشر ، فان قراءة الناشئة تعتبر من وجوه كثيرة أهم نوع من القراءة طرا .

والمكتبات المدرسية تقدم أفضل وأرخص وسيلة لاغراء وتعويد الناشئة القراءة ، من أجل الكتب التى يختارونها ، ومن أجل تكوين عادة القراءة التى ستظل تلازمهم على الدوام طوال حياتهم ·

مكتبات القرى

فى بعض المجتمعات المحلية يمكن أنتقوم مكتبة المدرسة بخدمة أخرى ، وهى أن تعمل بمثابة مكتبة عامة للمجتمع المحلى ·

وهذا أمر يسهل تسويغه بصفةخاصة عندما تكون التبرعات المحلية الطوعية قد مولت شراء الكتب · ففى مثلهذه الاحوال فان مكتبة المدرسة قد تفتح لاعارة الكتب للقراء الخارجيين فى احدى ساعات المساء أو فى أيام العطلات .

على أنه من الملاحظ عادة ، أن الحاجة الى الاستعمال الفعلى لمكتبة المدرسة تكون ملحة بحيث لايكون من الممكن السماح بالاعارة الخارجية ·

وعلى أية حال ، فثمة حاجة من أعظم الحاجات الحاحا فى مكتبة القرية ، وهى تختلف عن حاجة المدرسة ، الا وهى مجموعة كتب مشوقة للكبار ·

واحيانا ينشىء مكتبات القرى نفر من الاغنياء أو الجماعات الخيرية التى ترغب فى مساعدة مجتمعاتها المحلية والنهوض بمستواها الثقافى .

ولكن فى كثير من الدول النامية يوجد فعلا نظام واسع الانتشار من المراكز القروية تحمل أسماء على غرار الاصلاح الريفى ، أو تنمية المجتمع أو الديمقراطية الأساسية ، وهلم جرا .

وعلى الأخص فى أمريكا اللاتينية فثمة اسهام على يد نوادى الروتارى والغرف التجارية وجمعيات الاصلاح المدنى أو الوطنى ·

ولا جدال فى أن المراكز المحلية لمثل هذه الحركات تزود القرى بقاعدة فى غاية الكمال لعمل مكتبة ، وكثيرا ماتمدها أيضا بهيئة من الموظفين لادارتها.

وكما سنلاحظ فى السياق القادم ، فان كثيرا من الدول لديها أيضا منظمات قومية لمحو الأمية لها مراكز فى أجزاء مختلفة من البلد ، وهـذه أيضا يمكن استعمالها كقواعد أو ركائز للمكتبات الريفية ·

وعندما نتحدث عن مكتبة القرية ، فاننا نشير طبعا الى مجموعة من الكتب ، وليس الى انشاء مبنى .

ويمكن حفظ المجموعة فى احدى المدارس ، أو فى أحد مراكز المجتمع المحلى على غرار تلك السابق ذكرها ، أو فى احدى قاعات المحافظة أو دست الحكم المحلى ، أو حتى فى بيت رئيس القرية أو نائبه ·

وفى أية خطلقذات نظام مركزى ، فان الكتب يمكنتسليمها فى صندوق خشبى بحيث انه يصبح عند فتحه رفا لمكتبة . وهناك بعض الدول التى حاولت تدبير تبادل الصناديق على فترات بين مراكز المجتمع المحلى فى منطقة معينة ·

على أن أعظم عائق فى سبيل نظام للمكتبات القروية ليس عائقا ماليا كما يتبادر الى الأذهان ، وانما هو الافتقار الى الكتب المناسبة .

فكثيرا جدا ما تكون الكتب الوحيدة المبسطة السائغة للقراء الجدد هى كتب الأطفال ، وهذه قد لا تناسب الكبار ولا تهمهم فى قليل أو كثير . وهذه من أوضح الحالات التى يمكننا الاستشهاد بها لتوكيد الحاجة الى التعاون بين الناشرين وغيرهم من السلطات الحكومية أو غيرها المسئولة عن المكتبات ·

فالناشرون يحتاجون الى ضمان مقدما بأن ثمة سوقا لكتبهم اذا أصدروها · والناس الذين يفكرون فى انشاء المكتبات يحتاجون الى ضمان بأن الكتب

المناسبة الملائمة ستكون فى متناولهم · ان تكاتف الفريقين ووضع يد هؤلاء فى أيدى هؤلاء أمر محتم وواضح وضوح الصبح لذى عينين ·

وعلى الرغم من أن الروايات والقصص الشعبية وغيرها من الكتب التى تروق الخيال ضرورية أيضا ، الا أن الكتب ذات القيمة العملية لازمة فى مكتبات القرى ـ الكتب التى تزود القراء بالمعلومات المفيدة عن الصحة والزراعة ورعاية الطفل وكتب الوسائل العملية لمختلف ضروبها ·

ومن الطبيعى أن المرء يخطر على باله وزارة التربية والتعليم باعتبارها الوحدة الحكومية المعنية الى أقصى حد بالمكتبات · ولكن كثيرا ما يحدث أن المكتبات القروية تلقى اهتماما أكبر من وزارات الصحة والزراعة والتنمية الاقتصادية ، الخ ·

ان الوزارات اليقظة الملبية لحاجات الجمهور والواضعة أناملها على نبضه مثل وزارة الاعلام أو الثقـــافة خليقـــة بأن تدرك الفـــائدة العميقة ، من وجهة نظرها الخاصة ، لانتشار وذيوع مجموعات من الكتب فى طول البلاد وعرضها ابتغاء بث روح الوحدة القومية ·

محو الأمية وتنمية وعى القراءة

هذا الموضوع العظيم له أهمية كافية تسوغ فصلا قائما بذاته ، أو كتابا بأكمله ، لا مراء . وفى الواقع من الأمر فان كثيرا من الكتب كتبت عن هذا الموضوع باسهاب ·

ولكن هناك تفاصيل كثيرة يتعين معالجتها طبقا للظروف والأحوال القائمة فى كل بلد على حدة والتى تتفاوت فى نظام التعليم فى قاعات الدرس ، وحملات محو الأمية لدى الكبار ، بحيث أننا سوف نقتصر على التصدى لنقطة واحدة فقط هى الأهم من الباقى جميعا .

وهذه الحقيقة الرئيسية هى أن حملات محو الأمية باهظة التكاليف الى درجة التبديد المبذر ، بل انها فى الواقع ليس لها مسوغ أخلاقى ما لم تتوافر مادة

قرائية للقارىء الجديد بعد أن تعلم القراءة · فهو يحتاج الى هذه المادة لكى يحافظ على فن القراءة حيا نابضا · واذا توافرت له الكتب المناسبة ففى وسعه أن يمضى قدما الى مستويات أعلى ·

أما اذا لم تتوافر له المادة القرائية المناسبة ، فان قدرته الجديدة خليقة بأن تزول سريعا « وكأننا يا بدر لا رحنا ولا جينا » .

أن ملايين وملايين من الناس يتعلمون القراءة كل عام بوسائل متعددة مختلفة من حملات محو الأمية أو الثقافة الشعبية أو التوعية الجماهيرية فى دول تنمية القراءة التى من هذا النوع ، والمتقدمة من المستويات الأدنى الى الأعلى التالية ·

ان متابعة حملة مكافحة الامية أمر محتم لا مناص . وعادة ما يكون التفكير فى حملات محو الأمية مرتبطا بالكبار ، ولكن فى كل الدول النامية فان النسبة العالية من المتخلفين عن المدرسة الذين يخرجون منها لسبب ما ، أمر يجعل مشكلة القارىء الصغير الجديد أكثر أهمية ·

ان كلفة المدارس والمعلمين باهظة النفقة بحيث أن تعليم القراءة لمن سوف يهجرون المدرسة وشيكا لا يمكن تسويغها اقتصاديا ، ما لم تهيأ فرصة ما تمكن هؤلاء الناس من الاحتفاظ بتلك المقدرة التى اكتسبوها بالثمن الغالى ·

مجلات القراء الجدد

وكخطوة وقتية ، قبل وجود مكتبات القرى ، أو قبل أن يكون القراء الجدد مستعدين تمام الاستعداد لاستعمال الكتب العادية ، فان عددا من الدول حاولت انشاء مجلات للقراء الجدد تحت رعاية واشراف وزارة التربية والتعليم ، أو وزارة الاعلام ، أو وزارة الثقافة .

والفكرة العامة وراء هذه المطبوعات فكرة سليمة ، ولكن كثيرا ما يحدث أن المسئولين عن تنفيذها يفتقرون الى الفهم الصحيح اما الى مستوى القراءة واما الى الاهتمامات الطبيعية الخاصة بالقراء الجدد .

ونتيجة لذلك فان المجلة تتسم بطابع شديد الصعوبة بالنسبة للقارىء الجديد ، ومادتها غالبا ما تختار على أساس ميول الأطفال وحاجتهم بصفة كلية ٠

وثمة حالات أخرى أيضا كانت الفكرة الرئيسية فيما يبدو ، ليست تنمية وعى القراء وانما الدعاية للحكومة التى تملك زمام الأمر وقت اصدار المجلة .

ولا يمارى أحد فى أن تشجيع الوحدة القومية وشرح سياسات الحكومة عناصر سديدة تماما لكى تتضمن فى مجلة من مجلات القارىء الجديد . ولكن حتى هدف دعاية الحكومة لن يتحقق بحال من الاحوال اذا اتسمت المجلة بطابع يضفى عليها صبغة الدعاية البحتة ، بدلا من أن تكون شيئا يريد القارىء الجديد قراءته لذاته كمادة شهية ومادة ذات نفع عملى فى حياته اليومية ، فتشده اليها طوعا لا كرها .

تعاون الناشرين مع المكتبات

للأسباب الواضحة للمواطنة الصالحة المذكورة فى مستهل هذا الفصل ، علاوة على الحجة الخاصة لمصلحة الناشر الاقتصادية فى المدى الطويل فى كون المكتبات تنتج مزيدا من زبائن المستقبل ، فان الناشرين ينبغى أن يعطوا أكبر أولوية لسياسة منظمة من التعاون مع المكتبات ٠

وهذا التعاون يمكن أن يتخذ أشكالا كثيرة سوف نشير الى طائفة من أهمها فى الفصل التالى عند التصدى لسرد الأمور التى فى وسع الناشرين أن يفعلوها متعاونين متكاتفين ٠ ولعل أهمها هو تنمية الشعور بالزمالة مع أهل المكتبات والاقرار بحقيقة أنه لا تنمية المكتبات ولا تنمية نشر الكتب يمكن أن تتقدم مدى بعيدا بدون التعاون الكامل بين الطرفين أخذا وعطاء ٠

وبهذه المناسبة فان الناشرين الحصيفين الذين يفلحون فىبناء هذا الروح من الصالح المشترك يتسنى لهم الافادة على نحو خاص من « مدد الاعلام » الآتى من المكتبات بشأن اهتمامات وميول القراء .

ان أمناء المكتبات اليقظين يعتبرون فى وضع أفضل من أية طائفة أخرى ، حتى باعة الكتب ، يتيح لهم أن يزودوا الناشرين بأنواع الكتب التى يريد القراء قراءتها ٠

وتجب الاشارة مرةأخرى ، الى علاقة خطط التوزيع الكبير التى سبق شرحها فى الفصل الثالث عشر ، بنشر التعليم العام ونظام المكتبات الفعال فى شتى أنحاء البلد ٠

فهذه كلها أمور تشد أزر بعضها بعضا ، وبعضها لبعض ظهير ٠

ولعل من أكثر التناقضات اللطيفة فى عالم الكتب برمته هو أن التداول المجانى للكتب بوساطة المكتبات أوتوماتيكيا يزيد من بيع الكتب بسبب القراء الجدد الذين تنميهم المكتبات ٠

وكما سبقت الاشارة من قبل ، فان خطة التوزيع الكبير القائمة على تقديم الكتب الجديرة للبيع بأثمان رخيصة فىطول البلاد وعرضها ، هى فى حد ذاتها نظام تعليمى هام ومؤثر قوى نحو المزيد والأحسن من المـدارس والمكتبات وحملات محو الأمية ٠

وسواء أكان عنطريق المساعى المشتركة وفق الاتجاهات المقترحة فى الفصل التالى ، أم عن طريق العمل الفردى للناشرين حيث يسعى كل منهم على حدة ، فان الناشر الحصيف خليق بأن يبذل قصارى جهده فى مؤازرة ارساء وتقوية وتدعيم كل المؤسسات والأجهزة التى تتيح المزيد من القراءة والتى تهدىالمزيد من الناس الى اكتشاف المكافآت والعطايا الشخصيةللقراءة ٠

الفصل السابع عشر

التعاون بين الناشرين

أحيانا ما يفلح ناشر فردى ، بجهده الذاتى وحده ، فى استعمال فكرة المتخيل وشجاعته ورأسماله لاحداث ثورة فى النشر فى بلده .

بيد أنه من المعتاد فى معظم الاحيان أن نرى التقدم التعاونى على يد طائفة من الناشرين ، فعلى الرغم من أنهم يتنافسون بعضهم مع بعض تجاريا ، الا أنهم يتكاتفون فى جهود مشتركة لمصلحتهم أجمعين .

وهذا الفصل يزود القارىء بقائمة مراجعة لضروب التعاون بين الناشرين التى مورست فى بلاد مختلفة .

والقائمة مقسمة الى ستة أجزاء ، وان كان من الواضح أنها جميعا متداخلة ويرتبط بعضها ببعض على نحو وثيق .

١ ـ العلاقات الحكومية .

٢ ـ علاقات تجارة الكتاب .

٣ ـ الترويج المشترك .

٤ ـ الوسائل الميسرة لمستقبل صناعة الكتاب .

٥ ـ تنمية وعى القراءة والترويج للمدى الطويل .

٦ ـ اتحادات نشر الكتاب .

١ ـ العلاقات الحكومية

ان صناعة الكتب ليست سوى عنصر صغير فى الاقتصاد الكلى لبلد ما .

ورجال التربية وأمناء المكتبات ، وكذلك ناشرو الكتاب ، يعرفون مدى اهمية صالح صناعة الكتاب للامة ، ولكن وزراء المالية وخبراء التخطيط الاقتصادى ينظرون الى المسألة بالقياس الى ضآلة مبلغ المال وصغر عدد النـــاس المستخدمين ، الخ ، بدلا من التفكير فى الوظيفة الاساسية للكتب فى تطور الامـــة .

والناشرون الذين يلجأون الى الحكومة أو الجمهور ابتغاء العون فى نشر الكتب عن نحو ما يبدو فى نظرهم تماما مثل غيرهم من رجال الأعمال الذين يسعون الى المنافع · بيد أنه اذا استطاع الناشرون أن يعرضوا جبهة متحدة ، وعلى الأخص اذا استطاعوا تجنيد عون وتأييد المربين وقادة الفكر ، فسوف يملكون فرصة الدفاع عن حجتهم بكل فعالية ونفوذ ·

ولكن ، كما قلنا فى سياق المناقشة الاقتصادية فى الفصل الثالث ، فان الناشر ليس له حق فى طلب عون الجمهور وتأييده ما لم يكن حقا وفعلا وصدقا يخدم مصلحة الجمهور ، ليس فقط من يوم لآخر ، ولكن ايضا فى البناء للمستقبل .

وفيما يلى بعض النواحى التى هى خليقة بأن تحيى أو تميت صناعة النشر ، والتى من الخير للناشرين أن يوحدوا جهودهم المشتركة حيال الحكومة فى شأنها ، وان يحاولوا كسب تأييد الرأى العام لدعم موقفهم :

ا ــ احكام الاستيراد

ان القوانين الخاصة بالنقد الأجنبى ، وتراخيص الاستيراد ، و «الروتين» الحكومى ، ستظل دائما ذات تأثير قوى على مصلحة الناشرين · والورق هو اهم بند فى هذا الصدد بسبب قيمة وحجم الوارد المطلوب (الا اذا تسنى للبلد ان ينتج كل الورق المطلوب) .

ولكن انواع المواد والعتاد والأجهزة والأدوات الأخرى لها نفس الاهمية ، حتى اذا كان الطابع ، وليس الناشر ، هو الذى يتولى الاستيراد : المطابع ، وقطع الغيار ، والحبر ، والغراء ، والأقلام ، والمواد الكيموية ، الخ .

والاجر الذى يدفعه للناشر لقاء حقوق الترجمة يندرج فى نفس الفئة ، وان كان « المستورد » فى هذه الحالة ليس شيئا ماديا .

وموارد الكتب التى يستوردها بائع الكتب هى أيضا جزء من الصورة الكاملة لصناعة الكتب ، التى يرغب الناشرون فى تحسينها .

وكما لاحظنا مرارا وتكرارا ، فان مصالح صناعة الكتاب مصالح عامة مشتركة ، وينبغى للناشرين أن يعنوا الى أقصى درجة بمصلحة بائعى الكتب والطابعين .

فاذا أرادوا الظفر بعون وتأييد المربين وأمناء المكتبات وقادة الفكر فى حل مشكلات الناشرين ، فمن الأهمية بمكان أن يبرهن الناشرون على اهتمامهم بمساعدة بائعى الكتب والطابعين والمدارس والجامعات والمكتبات ، وليس الاقتصار على صناعة النشر فحسب .

ب ــ الخدمة البريدية

يهتم الناشرون لا بأثمان فئات البريد على نقل الكتب فحسب ، ولكن أيضا بكفاية الخدمة البريدية عموما . وكما تبين لنا فى فصول سابقة فثمة أنواع من النشر تكاد تكون مستحيلة فعلا ما لم يوجد نظام بريدى فعال يتسم بالكفاية .

ج ـ الرقابــــة

من شأن كل بلد أن يقرر لنفسه هل يحتاج الى فرض رقابة ؟ ومن اى نوع ؟

ولكن حتى فى حالة وجود الرقابة الصارمة ، فان فى وسع الناشرين أحيانا ، اذا تذرعوا بالصبر وسعة الحيلة والكياسة ، أن يقنعوا الحكومات بتطبيق القواعد والقوانين على نحو لا يعوق تجارة الكتب العادية بقدر الامكان ، وذلك طبعا باستثناء الكتب المعينة بالذات ، المفروض تحريمهــا لسبب ما .

ولقد حدث فى دول كثيرة ان ضم الناشرون جهودهم مع الطوائف الأخرى للسعى فى تعديل أو منع الرقابة .

د ـ حق النشر

ان الحكومات عادة لا تعتبر قوانين حق النشر أو الانضمام الى اتحادات حقوق النشر الدولية ، ما لم يحدث ضغط هادف لهذه الحركة التقدمية من جانب الناشرين والمؤلفين والطابعين ·

هـ ـ التنافس الحكومى

فى ميدان الكتب الدراسية ، على وجه الخصوص ، فان مشروعات النشر ذات الصبغة الحكومية خليقة بأن تحطم مشروعات النشر فى القطاع الخاص اذا لم تتوافر الضمانات اللازمة . وقد يكون ذلك فى بعض الأحيان أمرا عامدا مقصودا يتفق والمصلحة القومية ·

ولكن ، كما حدث فى كثير من الدول ، اذا كان البلد لا ينوى ولا يقصد محو النشر الخاص ، وانما فقط يتولى نشر مطبوعات القطاع العام أو الحكومى كوسيلة لملاقاة مشكلة عملية مباشرة · فاذن هناك مجال واسع فى وسع ناشرى الكتب أن يفعلوا فيه الكثير كطائفة .

وثمة أمور ثلاثة بالدرجة الأولى من الأهمية فى هذا الصدد :

أ ـ البحث الدائم الدائب فى الأسباب التى أدت الى اخفاق صناعة الكتاب أو تقصيرها فى خدمة مصلحة الجمهور ، مما زود الحكومات بذرائع وحوافز لتولى النشر بنفسها ·

ب ـ دراسة موصولة ـ بمعونة طائفة من خبراء التربية المقسطين ـ لمستوى جودة وفعالية الكتب التى تنشرها الحكومة ـ من الناحية التربوية بالقياس الى الكتب التى تنتج فى النظام التنافسى .

ج ـ دراسات اقتصادية تبين التكلفة الحقيقية للكتب المنتجة بالطريقتين ، على الصعيد القومى .

٢ ـ علاقات تجارة الكتب

بعد الخبرة الأولى فى التعاون على نحو ما ، وغالبا فى شكل تمثيل مشترك حيال الحكومة ، فان الناشرين يفكرون فى تكوين اتحاد (انظر البند رقم ٦ فى السياق اللاحق) . فاذا ما اتخذت هذه الخطوة فان الخدمة العملية المستمرة فى علاقات تجارة الكتب تجذب اعضاء جددا وتحثهم على الرغبة فى دفع اشتراكاتهم . ومن بين الوسائل التى تبدى ان هذه الخدمة العملية ، فى حد ذاتها ، تسوغ عضوية الاتحاد ، نورد فيما يلى أهمها على الأرجح :

أ ـ الرصيد القائم لبائعى الكتب

من اكبر مشكلات الناشر جمع المال الذى يدين به بائعى الكتب .

وحتى بصرف النظر عن فساد ذمة بعض بائعى الكتب ، من حين لآخر ، فانهم جميعا ، وحتى أكثرهم شرفا وأمانة ، يجدون صعوبة فى الوفاء بالتزاماتهم ودفع ديونهم .

ومن ثم فان كل ناشر يريد أن يعرف كل شىء فى وسعه عن حالة وذمة ورصيد اى بائع كتب يطلب فتح حساب لأول مرة . ثم انه من أفيد ما يمكن متابعة التغييرات التى تحدث أو تطرأ على ذلك الموقف بحيث يقدر الناشر لرجله قبل الخطو موضعها .

فاذا كان بائع الكتب من أصحاب المطل فى الدفع فان الناشر يريد أن يعرف اذا كان هذا المطل بسبب عسر أو ضيق مؤقت فحسب ، أو هو علامة على ورطة حقيقية تأخذ بخناقه .

فاذا كانت الأولى فقد يقرر الناشر ان يرسل الى بائع الكتب لفت نظر مهذب ، ولكنه فى نفس الوقت يستمر فى ارسال الكتب اليه على الحساب . أما اذا كان محل بيع الكتب فى ورطة مالية حقيقية ، فان الناشر قد يقرر أنه يجب عليه أن يفرض عليه طريقة « الدفع الفورى عند التسليم » وخلاه ذم .

ولكن لكى يقرر أى السياستين يتبع فان الناشر يحتاج الى معلومات من مصادر أخرى ، فقد يتثبت من معلوماته ـ بطريقة غير رسمية ـ مع ناشر آخر أو أكثر من خاصة أصدقائه ، ولكنه لن يستطيع تدبير الوقت اللازم للسؤال والاستقصاء من كل المصادر ٠

والحل الواضح لهذه المشكلة هو مكتب ائتمان تعاونى .

ويعتبر مجلس الناشرين للكتاب الامريكى The American Book Publishers Council مثالا بارزا لاتحاد ناشرين يؤدى وظيفة مكتب ائتمان تعاونى على نحو فعال ٠ وهذه الخدمة تزود المعلومات (فى سرية فقط للأعضاء الناشرين) عن مركز ائتمان بائعى الكتب . ويتم ذلك بتجميع التقارير الشهرية من الاعضاء (بطريقة معينة بحيث لا يتسنى لاى امرىء أن يتعرف غرض أو غاية أى ناشر معين بالذات) موضحة من من بائعى الكتب مقصرون فى الدفع للناشرين ، ومبلغ ما عليهم من ديون ، ومنذ متى يعانون من مشكلات مالية ، الخ ٠

وعندما بدأت الخدمة فقد كان الغرض الوحيد هو رفع علامة تحذير خاصة ببائعى الكتب الذين تخلفوا فى دفع ما عليهم من أموال ، ولكن العملية اتخذت طابعا أكثر شمولا واحاطة بمرور الوقت .

ان الناشرين يدركون الان انه مما يجافى مصلحة الناشرين التسبب فى افلاس أى بائع كتب وارغامه على الخروج من حظيرة العمل التجارى اذا تسنى انقاذه . ومن ثم يوجد الآن نوع من التحرى الدقيق للوضع الاقتصادى الكامل لبائعى الكتب المنحرفين وليس فقط لحسابهم الجارى .

وثمة حالات تكاتفت فيها جهود الاهتمام البصير لمكتب الائتمان والموقف التعاونى للاعضاء الناشرين ، فالقوا طوق النجاة لانقاذ بائع كتب من ورطة أو ازمة أو مشكلات مؤقتة احدقت به وكادت تغرقه فى طوفانها لولا ذلك المدد .

وحينما يرى مكتب الائتمان أن احد أصحاب محال بيع الكتب فى حالة سليمة بصفة أساسية على الرغم مما يعانيه من مشكلات أو أزمات طارئة ، فانه يرسل

اليه ممثلا من لدنه لمباحثته ، وقد يقصد ايضا المصارف المحلية لشد ازره ومناقشتها فى خير السبل المفضية لمساعدته فى حالة اعساره المؤقت ·

وأحيانا يتفق الناشرون على « تجميد » الدين القديم والسماح بحساب محدود قصير الاجل على الطلبات الجديدة مع اتخاذ التدابير لدفع الدين القديم المستحق ، على أقساط ذات أجل مسمى ، ربما بمعرفة قرض من احـــد المصارف لبائع الكتب .

ب ـ التخـــزين

ان التخزين المشترك للكتب ليس دائما مما يشار به ، ولكن فى بعض البلاد ، وعلى الأخص فى بعض مناطق بلاد معينة ، فان التخزين التعاونى المشترك للكتب كان تدبيرا نافعا ، لامراء .

ج ـ تبادل الاعـــلام

من بين ضروب الاعلام التى يمكن تبادلها على نحو مفيد الى جانب الحقائق الخاصة بالمركز المالى لبائعى الكتب ، التى عرضنا لها فى السياق السابق ، نذكر ما يلى : معـــدل الاجور التى تدفع للطباعين لقـــاء صناعة الكتاب ، المرتبات التى تدفع لهيئة الموظفين ، حجم المبيعات ، الخ .

على أن كثيرا من هذه البنود من الاعلام قد تعتبر من « أسرار التجارة » التى لا يريد الناشرون أن يشركوا فيها منافسيهم .

ومن ثم ، فقد جرت العادة على أن ترسل الاستخبارات التى يزودها الناشرون بالمعلومات الى محاسب قانونى يثق به الجميع ويتعهد بالمحافظة على سريتها .

وهو يجمع الحقائق من التقارير المنفصلة الواردة اليه ، ويرسل الى الاعضاء الموجز الموحد المستقى منها فقط .

٣ ــ الترويج المشترك

من ضمن هذه الفئة من الجهود التعاونية ، تندرج أعمال المعارض والاشراف عليها ، والجوائز ، « والكتالوجات » المشتركة ، وقوائم القراءة ، وفهارس المراجع الخاصة بأنواع معينة من الكتب ، ومجلات تجارة الكتب ، الخ ، وكذلك مشروعات الترويج للمدى الطويل المذكورة فى القسم الخامس فى السياق التالى .

٤ ــ التسهيلات الخاصة بمستقبل صناعة الكتاب

على الرغم من احتدام التنافس بين الناشرين ومنافسيهم من أهل المهنة ، فان لهم مصلحة مشتركة فى مستقبل صناعة الكتاب تجمعهم على هدف مشترك مهما تباروا فيما بينهم . وفى وسعهم دائما أن يعملوا معا فى مضمار واحد فى الأمور التالية :

أ ــ رأس المال

ان مشكلة رأس المال من اصعب المشكلات التى تواجه الناشر ، كما رأينا فى الفصل الثالث . ومن ثم ، فانه من مصلحة الناشرين أجمعين أن يتعاونوا على اقناع المصارف و « اتحادات التنمية » بالحاجة الى تزويدهم بالقروض التجارية لتنمية صناعة الكتاب . وفى وسع الناشرين أيضا أن ينفعوا الطابعين الذين يعملون لهم ، والذين يكون لراسمالهم ــ أو عدمه ــ تأثير فى مشكلة رأس مال الناشر نفسه .

ب ــ بائعو الجملة والوسطاء

كما تجلى لنا فى الفصل الثامن ، فقد تنجم مواقف يكون فيها فقدان التنظيم لبيع الجملة حائلا دون وصول الكتاب الى المناطق النائية .

وعلى هذا فان الناشرين فى مثل هذه الحالات قد يقررون ، عن طريق السعى المشترك غير الرسمى على الأقل ، تشجيع انشاء مثل هذا النظام للتوزيع .

جـ « صناعات الخدمة » لصناعة الكتاب

فى الدول المتقدمة صناعيا يوجد عدد لا يستهان به من الأعمال التجارية المتخصصة التى تمـد صانعى الكتب بخدمات بحيث أن كل طباع على حدة لا يضطر الى أن ينفق على عتـاد غالى الثمن ، وهيئـة موظفين مدربين متخصصين ، خصيصا لاستعماله ·

ومن ضمن هذه الصناعات المعروفة بصناعات الخدمة ، صانعو الغراء ، والصقالون ، والحبارون ، والسباكون ، والحفارون ، وخبراء فصل الألوان ، ومصفحو الغلاف ، وهلم جرا . وفى وسع الناشرين أن يساعدوا فى تشجيع انشاء مثل هذه الصناعات ـ حيثما يكون لها مسوغ ـ بأن يتيحوا للطباعين أن يعرفوا حاجاتهم المقبلة ، وأن يساعدوا الطباعين فى بحوثهم الخاصة فى هذا الصدد ·

ومن الطبيعى أن احصاءات الصناعة التى تجمع عن طريق تبادل المعلومات على النحو المقترح فى ٢ (أ) خليقة بأن تكون مفيدة فى مثل هذا التخطيط ، لا مراء .

د ـ التدريب الخاص بصناعة الكتاب

ان التعاون بين الناشرين (والذى يشمل أحيانا الطباعين وبائعى الكتب أيضا) خليق بأن يعطى قاعدة طيبة بمثابة ركيزة للتدريب الخاص بصناعة الكتاب · وسوف نتناول بعض نواحى برامج التدريب ، بالشرح والتحليل ، فى الفصل الحادى والعشرين .

هـ ـ فنون الرسم والتصوير

لقد أدت الجهود التعاونية الهادفة لتحسين مستويات فنون الرسم والتصوير وتصميم الكتب ، الى نجاح ملحوظ فى دول كثيرة . ومن بين الوسائل المستعملة فى هذا الصدد تبرز المعارض ، ومباريات الجوائز ، والمعونات المقدمة الى مدارس الفنون الجميلة والفنون التطبيقية ·

٥ ـ تنمية القراءة والترويج البعيد المدى

فى وسع الناشرين الناهضين أن يفعلوا بعض الأمور فرادى ابتغاء تنمية القراءة للمدى الطويل لكى « يصنعوا زبائن » للمستقبل،ولكن معظم الأشياء الهامة تتطلب جهدا تعاونيا ليس فقط على يد الناشرين ، ولكن أيضا من أمناء المكتبات والمربين ، والمواطنين ذوى الروح الاصلاحية المهتمين بالمصلحة القومية ٠

وأول ما يتبادر الى الذهن فى هذا الصدد هو تحسين المدارس والنهوض بمستوى حملات محو الأمية وكل ما يتعلق بتعليم القراءة .

بيد انه فى مجال المكتبة بالذات كان الناشرون اعظم الفئات تأثيرا فى تنظيم الرأى العام ودعمه لتقوية هذه المؤسسات والأنظمة وتزويدها بالأموال الاضافية للقيام بعملها ٠

وتزداد مشتريات المكتبات من المكتب نتيجة لذلك طبعا ، ولكن التاثير للمدى الطويل فى قراءة الكتاب بصفة عامة هو أعظم النتائج بقاء وفاعلية .

وليس ثمة ريب فى أن الناشرين قد أخذوا بزمام المبادرة والقيادة فى عديد من الدول المختلفة فى تنظيم وتنفيذ « أسبوع قومى للمكتبة » حيث تؤدى الحفلات والخطب وبرامج الاذاعة وغيرها من أوجه النشاط الى تركيز اهتمام الجمهور ووعيه على الدور الذى تؤديه المكتبة فى الحياة القومية ٠

٦ ـ اتحادات الناشرين

ان التعاون التلقائى (غير الرسمى) بين الجماعات الطوعية الصغرى من الناشرين تجعل من الممكن تنفيذ بعض المشروعات المشتركة المذكورة آنفا . ولكن قيام اتحاد مفتوح أمام كل الناشرين المؤهلين فى الدولة خليق بأن يكسب اسهاما أوسع واشتراكا أوسع فى تكاليف هذه المناشط لمصلحة الجميع .

ويمكن للاتحاد أن يبدأ بهيئة موظفين غير مقيدة طول الوقت ، وانما بعدد من المتطوعين فحسب لتنفيذ عمل المنظمة ٠

على أنه ، ان عاجلا أو آجلا ، فان هيئة موظفين للعمل طول الوقت تصبح لازمة ، وهذا عندما يبدأ الاتحاد فى أن يكون حقا مفيدا للناشرين وللمجتمع سواء بسواء ٠

ويتحمل أعضاء الاتحاد نفقات الاتحاد ، بطريقة ما ، أحيانا طبقا لسلم متدرج من الاشتراكات على أساس المبيعات الكلية من الكتب للعضو فى العام السابق ٠

وكما هى الحال فى تبادل الاعلام المذكور آنفا ، فان الحقائق الخاصة بالمبيعات تقدم بصفة سرية لمحاسب قانونى ، بحيث تظل مبيعات كل عضو مشترك سرا لا يعرفه بقية الاعضاء الزملاء على اعتبار أن ذلك من الاسرار التقليدية التجارية التى لا ينبغى أن تكون فى يد منافسيه .

الجزء الخامس

موضوعات خاصة

الفصل الثامن عشر

حقوق النشر وعقوده

تختلف وسائل النشر وتقاليده من بلد الى آخر ، وهناك فروق كبيرة بين القوانين الخاصة بحقوق الملكية عامة (سواء أكانت قوانين خاصة بحقوق الملكية الأدبية أم لا) . وتبلغ هذه الفروق حدا يجعل من المستحيل محاولة وضع ما يسمى « بالعقد النموذجي » الذى يمكن أن يحتذى فى كل البلدان .

كما أن هنـــاك اختلافات طبيعية فى الرأى بين المؤلفين من ناحيـــة ، والناشرين من ناحية أخرى حول ما ينبغى أن يتضمنه العقد ، حتى ولو كان هؤلاء المؤلفون والناشرون ينتمون الى بلد واحد ·

ولهذا فان قصارى جهدنا فى هذا الفصل هو ذكر بعض المسائل الجوهرية التى لابد أن يتعرض لها العقد بين المؤلف والناشر ، مع بيان الطرق المختلفة لمعالجة هذه المسائل ·

المبـــدأ الأساسى

نستطيع ان نبدأ الحديث بأن نتذكر ما سبق أن قلناه فى الفصل الثانى من أن مؤلف الكتاب يمكن اعتباره بمثابة مخترع آلة ميكانيكية مثلا ، فالمؤلف هو صاحب الحق فى نشر هذا الكتاب الذى « اخترعه » ، الا اذا كان قد استؤجر بواسطة شخص أو هيئة لتأليف الكتاب ، وفى مثل هذه الحالة يصبح هذا الشخص او الهيئة هو صاحب الحق فى النشر ، وفقا للعقد المبرم بين الطرفين · ويقضى العرف فى معظم بلدان العالم ، كما تقضى القوانين فى الدول التي تعترف قانونا بحقوق الملكية ، على أن المؤلف هو الشخص الوحيد الذى يملك حق نشر الكتاب الذى الفه .

وعقد النشر بين المؤلف والناشر هو اتفاق بين الطرفين يأذن المؤلف بمقتضاه للناشر فى استعمال حق النشر الذى يملكه بشروط معينة · وعادة يكون من بين الشروط الرئيسية فى هذا العقد ، تحديد العائد الذى يتقاضاه المؤلف ، او الأجر الذى يدفع له بطريقة ما ، وان كان العقد يتضمن بعض الشروط الهامة الاخـــرى .

ان أهم نقطة جوهرية فى عقود النشر هى النص على أن للناشر وحده حق نشر الكتاب . فعندما يمنح المؤلف الناشر بعض الحقوق فانه يمنحها لهذا **الناشر وحده** ، الا اذا كان هناك استثناء معين منصوص عليه فى العقد ، وما لم ينص فى العقد على مثل هذا الاستثناء فان المؤلف لا يستطيع أن يمنح هذه الحقوق لناشر آخر ·فهذا النوع من الحماية ، ضرورى وجوهرى للناشر الذى يخاطر بأمواله عند نشر الكتاب ، والذى قد يتعرض للخسارة المحققة ، اذا وجد ناشرا آخر قد طبع الكتاب نفسه ونشره على الناس ·

وكما سيجىء عند ذكر « الحقوق الاخرى » فيما بعد ، فالمؤلف عـــادة لا يتنازل عن جميع أنواع حقوق النشر مرة واحدة فى وقت واحد ، فهو يستطيع مثلا أن يظل محتفظا بحقوق الترجمة حتى يمكنه أن يتعاقد فى المستقبل مع ناشر أجنبى لطبع الكتاب بلغة أخرى ، ولكن الحقوق المعينة التى يمنحها لناشر ما لا يمكن له أن يمنحها هى بعينها لناشر آخر فى نفس الوقت .

وسوف نخصص الجزء الباقى من هذا الفصل لذكر الشروط الرئيسية التى تتضمنها عادة عقود النشر ، والتى تتناول تفاصيل الاتفاق ·

أ ــ اقرار المؤلف

من أهم النقط التى يتناولها عقد النشر اقرار المؤلف وضمانه بأنه هو وحده مؤلف هذا الكتاب وصاحب الحق فيه ، وهنا يقر المؤلف بأنه هو المخول قانـــونا فى التنازل عن حقوق النشر ، وانـــه لم يتنازل عن هـــذه الحقوق لنـــاشر آخر .

والمؤلف مطالب عادة بأن يقر بأنه لم يسرق شيئا ورد فى كتابه من مؤلف آخر ، واكثر من ذلك فهو مطالب أيضا بأن يقر بأنه ليس لأى شخص آخر أى

حق قبله فيما يتعلق بهذا الكتاب ، وان الكتاب لا يتضمن خروجا على الآداب العامة ، ولا ينتهك حرمة الأسرار الخاصة ، او الحقوق الأخرى المتعلقة بالآخـــرين .

وعادة تكون هذه الضمانات الاضافية عرضة لكثير من التأويل والتفسير ، ولا يمكن أن تتخذ قيمتها الفعلية الا عند مناقشتها قانونيا فى المحاكم .

وفى مجال التطبيق العملى ، وبمقتضى قوانين بعض الدول ، يشترك الناشر مع المؤلف فى تحمل المسئولية بالنسبة لبعض جرائم النشر ، مهما يتضمن العقد من نصوص ، أما بالنسبة للخسائر المالية فان المؤلف يطالب عادة بأن يتعهد بحماية الناشر وتعويضه عن اى خسارة مالية تلحق به ، اذا ما تبين أن فى اقراره أشياء منافية للحقيقة ، وكسب أحد الخصوم الدعوى المقامة على الناشر بشأن هذا الكتاب .

ب ــ التنازل عن الحقوق

بعد أن يقر المؤلف بأنه هو وحده صاحب الحق فى نشر الكتاب ، يقر بعد ذلك بأنه يتنازل عن حق النشر للناشر المتعاقد معه « وفقا للشروط الواردة فى هذا العقد » ويحدد العقد الحقوق التى تنازل عنها المؤلف للناشر والمناطق الجغرافية التى يسرى فيها هذا التنازل (قد نتعرض لبعض القيود هنا بصفة عامة ثم نعاود شرحها بالتفصيل فى الفقرة السابعة (ز) بعنوان « الحقوق الأخرى» كماسيرد بعد).فمثلا يتعهد مؤلف فى بيونس ايرس بالبرازيل بأن يتنازل للناشر الذىيتعامل معه عن «حق نشرالكتاب بجميع صور النشرباللغة الاسبانية فى جميع أنحاء العالم » وبدلا من عبارة « بجميع صور النشر » التى يمكن أن تتضمن النشر على حلقات فى احدى المجلات مثلا ، يستطيع المؤلف أن يقول « فى صورة كتاب فقط » ، وبدلا من عبارة « فى جميع انحاء العالم » يستطيع أن يقول « فى دول أمريكا اللاتينية » ، وبذلك لا يتضمن التنازل حق النشر فى اسبانيا ، حيث يحتفظ المؤلف لنفسه بحق التعاقد على النشر فيها بعقد مستقل .

وعادة يتفق الطرفان على تحديد أيهما يكون له الحق فى تحصيل حقوق النشر الأخرى من الغير . بالنسبة للكتاب موضوع التعاقد . ولهذه النقطة أهمية فنية فى بعض القضايا وبخاصة فيما يتعلق بتجديد حق النشر ، اذا كان التجديد منصوصا عليه بالذات فى قانون حق الملكية المعمول به فى هذا البلد.

جـ - حق نشر الكتب المقبلة

وبما أن الناشر عندما ينتج الكتاب يستثمر أمواله لصالح المؤلف، لا لصالح الكتاب وحده ، وقد يكون سببا فى نجاح المؤلف فى المستقبل ، فلهذا ، يطالب الناشر عادة المؤلف الذى يتعامل معه بأن يمنحه حق نشر كتابه القادم. اى أن يتعهد المؤلف بأن يمنح الناشر أولوية الحصول على عقد نشر الكتاب القادم ، قبل عرضه على اى ناشر آخر .

وعادة لا يتضمن النص الخاص بهذه الاولوية تفاصيل شروط نشر الكتاب الجديد ، كما أن الناشر يتعهد فى هذا النص بأنه سوف ينشره ، والفرصة اذن سانحة لكل من الطرفين لكى يتهرب من المسئولية القانونية (وأن لم يتهرب من المسئولية الأدبية) ولهذا فان القيمة الحقيقية لهذا البند من عقود النشر هى أن الطرفين يعبران عند توقيع العقد عن نواياهما الطيبة واستعدادهما للتعاون معا .

وكذلك يطلب الناشر من المؤلف عادة أن يتعهد بعدم تأليف كتاب آخرينافس كتابه المتعاقد عليه منافسة صريحة مباشرة ، وهذا الشرط هام بصفة خاصة فى مجال الكتب الدراسية المقررة ، ويلجأ الناشر الى القضاء اذا وجد أن المؤلف قد عهد الى ناشر آخر بنشر الكتاب المنافس للكتاب المتعاقد عليه .

د - الاتفاق على النشر

وبعد أن يوافق الناشر على اذن المؤلف له بالنشر يتعهد بنشر الكتاب - اذا كان الأصل مرضيا من حيث الشكل والمضمون - فى خلال مدة زمنية محددة ، او فى خلال فترة معقولة من تاريخ تسلمه المخطوط . وبهذه الصيغة لا يكون

الناشر ملزما بنشر الكتاب اذا غير رأيه فى المستقبل ، ولكنه اذا عدل عن النشر ، فهو ملزم بفسخ العقد وفقا للبند الخاص بالفسخ ، (كما سيجىء ذكره) ، وفى بعض الأحوال يتضمن العقد شروطا تنص على أن يكون الناشر ملزما بدفع تعويض للمؤلف عن عدم نشر الكتاب ٠

ويتعهد الناشر عادة بأن يخرج الكتاب فى « صورة ملائمة » ، وفى بعض الأحيان عندما يكون المؤلف فى موقف قوى يمكنه من املاء شروطه عند التعاقد يفرض على الناشر شروطا أخرى ، كأن يتعهد الناشر باستشارة المؤلف فى تصميم الكتاب ، أو تحديد سعر الغلاف ، أو تحديد ميزانية الاعلان عنه ، أو غير ذلك من التفاصيل التى تعتبر عادة من صميم اختصاص الناشر .

هـ ـ دفع حقوق المؤلف

ان أكثر الطرق اتباعا فى كيفية حصول المؤلف على حقوق نشر كتابه هى ان يحصل على نسبة مئوية « ١٠ فى المائة مثلا » من سعر الغلاف عن كل نسخة مبيعة ، وقد ترتفع هذه النسبة بارتفاع عدد النسخ المبيعة ، فاذا كان الأساس هو ١٠ فى المائة من سعر الغلاف تصبح النسبة ٥ر١٢ فى المائة بعد الخمسة الآلاف الأولى ، و ١٥ ٪ بعد العشرة الآلاف .. وهكذا .

وقد ينص على خفض النسبة المتفق عليها فى بعض حالات البيع الخاصة او فى بعض الطبعات الخاصة للكتاب ، كالمبيعات الخارجية مثلا (البيع فى دول أجنبية) ومبيعات الطبعات الرخيصة الشعبية ، والمبيعات التى تتم بخصم تجارى كبير ٠ وهناك حالة خاصة هى البيع بسعر الكلفة الحقيقية او باى سعر أقل منها ، وذلك يحدث أحيانا عندما يكون الكتاب فاشلا ، ويضطر الناشر أن يبيع مرتجعاته بأى سعر يمكنه الحصول عليه . وفى مثل هذه الحالة قد ينص العقد على الا يتقاضى المؤلف أية نسبة عن مثل هذه المبيعات .

ويحدد العقد مواعيد الدفع ٠٠ وعادة يكون العائد الذى يحصل عليه المؤلف خلال السنتين الاوليين من نشر الكتاب أكبر مما يحصل عليه بعد ذلك ، ولكى تكون لدى الناشر فسحة من الوقت يعد فيها حساباته ، يتم الدفع عادة بعد

شهور من انقضاء المدة المتفق عليها ، فاذا كان المؤلف سيتقاضى حقه بمقتضى العقد فى ٣١ ديسمبر من كل عام فانه عادة لا يحصل على حقوقه قبل ٣١ مارس الذى يليه ٠

وهناك عوائد أخرى يمكن أن يحصل عليها المؤلف الى جانب مقابل حق النشر ، وهى ترد عادة فى بنود العقد الخاصة بما يسمى « الحقوق الأخرى » ٠

و — الدفعات المقدمة

وقد يعرض الناشر على المؤلف أن يدفع له عند توقيع العقد دفعة مقدمة (وأحيانا دفعة أخرى عند تسليم المخطوط كاملا) وذلك كدليل على حسن النية ، ولحث المؤلف على توقيع العقد مع الناشر ، بدلا من البحث عن ناشر آخر ٠

وهذه الدفعات تخصم من مستحقات المؤلف بعد حساب مايخصه من عائد ، ولا يدفع الناشر للمؤلف بعد ذلك شيئا الا اذا زاد العائد المستحق له عن المبالغ التى تسلمها مقدما ٠

ويستطيع الناشر من الناحية النظرية أن يستعيد المبالغ التى دفعها للمؤلف مقدما اذا لم يسلم المؤلف للناشر المخطوط كاملا ، ولكنه لا يستطيع استرداد هذه المبالغ من المؤلف اذا نشر الكتاب ولم تحقق مبيعاته ما يوازى المبلغ المدفوع مقدما ، ولذلك تكون هذه المبالغ التى تدفع مقدما للمؤلفين عبئا يزيد تكاليف الانتاج على الناشرين الذين يتهاونون فى الدفع دون حساب لاحتمالات البيع ٠

ز — الحقوق الأخرى

ان المصنف الذى صنفه المؤلف يمكن ان يخرج للناس فى صور كثيرة أخرى بجانب صورته الأولى ككتاب ، وتتناول بنود العقد الخاصة « بالحقوق الأخرى » أو بالحقوق الاضافية كما تسمى أحيانا ، بيان ما يحتفظ به المؤلف

لنفسه من هذه الحقوق ، وما يتنازل عنه منها للناشر او ما يستغله منها لحساب المؤلف ، كما توضح كيفية توزيع الدخل الناتج من هذه الحقوق ، بين المؤلف والناشر ٠

ومن التقاليد المرعية فى صناعة النشر فى كثير من بلدان العالم ، أن يكون من حق الناشر الأصلى الحصول على نصيب كبير من حقوق النشر الأخرى اذا تمت بطريقة الطبع . (كطبعة جديدة من كتاب ، أو فصول فى مجلة أو صحيفة يومية الخ) . لأن النشر باحدى هذه الطرق يؤثر تأثيرا مباشرا فى الطبعة الأولى الأصلية من هذا الكتاب . ولكن الدخل الناتج من حقوق النشر بطرق غير مطبوعة «كالمسرح والسينما والاذاعة والتليفزيون» اقل صلة وتأثيرا فى صناعة نشر الكتاب ، ولهذا فان الناشر الأصلى لا يحق له الحصول على شىء من هذه الحقوق ، واذا حصل ، فعلى نسبة ضئيلة منها ٠

أما اذا كان الناشر يقوم بدور معين ويبذل جهدا فى سبيل الحصول على مثل هذه الحقوق « الدرامية » فانه يستحق فى مثل هذه الحالة أن يحصل على ٥ أو ١٠ او ١٥ فى المائة منها نظير جهوده فى تحصيلها ٠

وأهم أنواع الحقوق التى يحصل عليها المؤلف من النشر المطبوع هى :

اعادة الطبع فى صورة كتاب (وتضمن حقوق الاستغلال فى نوادى الكتب)

الترجمـــة .

النشر على حلقات فى الصحف أو المجلات .

نشر مختارات أو مقتطفات من الكتاب الأصلى فى كتب أخرى .

وفى الأعوام الأخيرة ، اصبحت الأرباح الناتجة من اعادة طبع الكتب ، فى بعض بلدان العالم ، أهم بكثير من باقى الحقوق الأخرى مجتمعة ، بما فيها العائد الذى يحصل عليه المؤلف عن الطبعة الأولى الأصلية.وذلك راجع الى تطور نوادى الكتب واتساعها ، والى نشر الطبعات الشعبية التى يبلغ عدد الطبعة الأولى عدة مئات من آلاف النسخ ، فى حين لا تتجاوز الطبعة الأولى

الأصلية آلافا قليلة من النسخ . وفى خلال المراحل الاولى من صناعة النشر فى البلدان غير المتقدمة ، تكون البنود الخاصة بحقوق اعادة الطبع فى أى عقد للنشر بين المؤلف والناشر ، مسألة لا تستحق الوقوف عندها طويلا ، لأن الارباح التى قد يحصل عليها الطرفان من اعادة الطبع تكون ضئيلة لا تستحق العناء والمساومة بينهما . ولكن كلما تطورت صناعة النشر وازدهر التوزيع بالجملة ، زادت هذه الحقوق أهميـــة ، واصبحت موضع مساومة مضنية بين الطرفين .

د ــ النسخ المجانية ومشتريات المؤلف من الناشر

وتنص عقود النشر عادة على تحديد عدد النسخ المجانية التى يحق للمؤلف الحصول عليها (وربما تكون عشر نسخ فى بعض الأحوال) كما تنص على نسبة الخصم التى يحصل عليها المؤلف اذا أراد شراء مزيد من النسخ من كتابه ، وهنا قد ينص العقد على أن هذه النسخ الاضافية ليست مخصصة لاعادة البيع بواسطة المؤلف ، وذلك لمنعه من منافسة بائعى الكتب وأصحاب المكتبات ، مستغلا نسبة الخصم الكبيرة التى يحصل عليها ٠

ط ــ المخطوط ومراجعة تجارب الطبع

وينص العقد عادة على انه يجب على المؤلف أن«يقدم مخطوط الكتاب،كاملا معدا للطبع » ولكن الواقع ، كما ذكرنا فى الفصل الخامس ، أنه لا يصدق هذا النص تصديقا حرفيا الا الناشر قليل التجربة ، ومع ذلك فالنص مفيد ، لحماية الناشر من المؤلف الذى قد يكون عديم الاكتراث بالنسبة لصورة المخطوط الذى يقدمه له ٠

وكذلك يحتم العقد على المؤلف أن يراجع ويصحح تجارب الطبع فى خلال مدة معينة من الزمن ، كما يحتم عليه احيانا أن يدفع أجر جمع وتصحيح التعديلات التى يدخلها على الكتاب بعد جمعه أول مرة ، اذا زاد حجمها عن الحد المعين المتفق عليه بين الطرفين ، كما سبق شرحه فى الفصل الخامس .

وكذلك يتناول العقد عادة ، ما اذا كان المؤلف او الناشر هو المسئول عن اعداد فهرس الكتاب ، أو أى مادة أخرى يمكن اضافتها الى الكتاب الأصلى ، ولا تكون من تأليف أو ابداع المؤلف نفسه .

ى ـ التحكيم

وأحيانا يتضمن العقد مادة خاصة بطريقة التحكيم بين الطرفين اذا نشب بينهما خلاف حول تفسير مواد العقد ، أو اذا أخل أحد الطرفين بنصوصه ، وذلك لتوفير المبالغ التى تنفق عادة فى التقاضى أمام المحاكم ، ولتوفير الوقت واتخاذ قرار سريع فى الخلاف بينهما . واذا اتفق الطرفان على اللجوء الى التحكيم ، بدلا من التقاضى ، فان كلا منهما يختار محكما يمثل وجهة نظره ، ثم يختار المحكمان ثالثا محايدا . وأى قرار تتخذه أغلبية هيئة التحكيم يكون ملزما لكل من المؤلف والناشر . (وفى بعض البلدان ، يتجنب الناشرون اللجوء الى التحكيم ولا ينصون عليه فى العقد ، لأنهم يعتقدون أن التحكيم يضر بمصالحهم أكثر من التقاضى ، لأن المحكمين ــ فى نظرهم ــ يكونون أميل من القضاة ورجال القانون الى الحكم بالتعويض فى الخسائر التى قد تلحق بالمؤلفين) .

ك ـ انهاء العقد

ويسرى عقد النشر فى معظم بلدان العالم ، حتى وقت انتهاء حق الطبع (او التجديد) فى كل كتاب على حدة . ولكن العقد عادة يتضمن نصا يخول للمؤلف استعادة حقوق الطبع والغاء العقد ، ، اذا تقاعس الناشر عن نشر الكتاب لأى سبب من الأسباب ، واذا نفدت الطبعة ولم يقم باعادة الطبع خلال مدة زمنية معقولة ، وبعد أن يتلقى انذارا مكتوبا من المؤلف يستحثه على اعادة الطبع والنشر .

بعض الملاحظات على محاسبة نشر الكتاب

نشر الكتاب يشبه غيره من الأعمال التجارية الأخرى من وجهات نظر كثيرة ، ولذلك فان نظام المحاسبة الذى يتبع بشأنه بصفة عامة فى أى دولة سواء كان هذا النظام مستحدثا أو بالطرق المعروفة (الفرنسية أو الانجليزية) او غيرها من الطرق ، يمكن تطبيقها جميعا فى نشاط نشر الكتاب بدون أن تلقى خلافا كبيرا فى التطبيق ٠

ولكن طبيعة نشاط نشر الكتاب يختلف بعض الشىء عن انواع النشاط الأخـــرى .

وفى هذا الفصل المختصر نحاول أن نبرز فى كلمات قليلة بعض خصائص محاسبة نشر الكتاب ٠

وقد لا تكون هذه الخصائص مقصورة على النشر ، فقد نتناول وجوه نشاط أخرى . ولكننا نهدف الى أن يستفيد منها الناشر المتخصص والذى يمكنه أن يربط بينها وبين غيرها من الاعمال وفقا لخبراته السابقة٠

ولا يقصد بذلك فرض طريقة معينة ، ولكنها مجرد ملاحظات لما يتعلق بالنشر ، لأن ناشر الكتاب لا يشترط أن يكون محاسبا .

ومن الطبيعى فان الناشر يختار من المحاسبين ومراجعى الحسابات القانونيين من يرشدونه ويخططون حساباته وفقا للأنظمة المعمول بها فى الدولة ٠

وتنشأ بعض المشاكل فى محاسبة النشر نتيجة لثلاثة عوامل :

أ ـــ العدد الضخم لأن المنتجات المتعددة من الكتب التى يتم تداولها مع تعدد واختلاف كميات المبيعات التى تكون أحيانا نسخة واحدة فقط .

ب ـــ المدى الطويل الذى يحتاج اليه اعداد المنتج حتى يصبح صالحا للنشر وارتباط ذلك بتضخيم التكاليف .

جـ ـ العمر التجارى للمنتج من حيث التفاوت الكبير فى سرعة تصريفه او ركوده واثر ذلك فى تغير سعر بيع المنتج خلال فترة عمره التجارى . وسنتناول آثار تلك العوامل فى المحاسبات تحت العناوين الآتية :

١ ـ حاجة طريقة محاسبة النشر الى فتح حساب خاص لكل كتاب .

٢ ـ فائدة طريقة عمل تقييم للمخزون .

٣ ـــ من آثار الاعتبارين السابقين فان طريقة المحاسبة على اساس ادراج المستحقات والمدفوعات المقدمة ، افضل من طريقة المحاســبة على أساس المحاسبة النقدية فى محاسبة النشر .

١ ـــ حاجة طريقة محاسبة النشر الى فتح حساب خاص لكل كتاب

تاجر الرز أو القمح يتعامل فى منتج واحد فقط ، سواء كانت الكمية طنا واحدا أو ملايين الأطنان .

ومنتج السيارات قد يتاجر فى منتج واحد ، وان تعددت انواع الموديلات او اكثر من منتج ويمكنه التوصل لكلفة كل منها واحتياجات السوق لكل منها ونوع هذه السوق .

وصانع الخردوات انتاجه معقد لتعدد الأصناف التى يتداولها .

ولكن لا يوجد فى العالم منتجون يتداولون منتجات اكثر تعددا من ناشرى الكتب ..

فان ناشر الكتاب ــ الذى قضى اى عمر فى هذا المجال ــ لابد أن يكون لديه مئات ، بل آلاف من المنتجات المتعددة المختلفة المتباينة .

فكل كتاب جديد منتج جديد ، بكل مشاكله الاقتصادية :

ــ وتختلف هذه المشاكل فى طبيعتها عن أى مشاكل أخرى لأى تجارة أو صناعة غيرها ·

فبعض مصروفات الناشر (مثل المصروفات الادارية ، والنور ، والايجار ، والكهــرباء ، والتليــفون ، ومصروفات الشحن .. الخ) تخص جميع المنتجات ·

ويتطلب الأمر أن يتوافر فى النظام المحاسبى توزيع وتقسيم هذه التكاليف على المنتجات لتحديد نصيب كل منتج منها .

ولكن يراعى ايضا أن لكل منتج مصروفات خاصة تتعلق مباشرة بالكتاب نفسه ، ويجب توجيهها وتحليلها لحساب هذا الكتاب .

وهذه التكاليف المباشرة تتضمن الدفعات الى المؤلف ، وتاجر الورق والطابع والمواد الخام ومصروفات التشغيل المباشرة والمصروفات المباشرة الأخرى كالاعلان ·

ومن الطبيعى أن تجميع تلك التكاليف فى حسابات اجمالية فقط لا يعطى الناشر فكرة صحيحة عن أرباحه وخسائره فى كل كتاب على حدة ·

ولذلك فان النظام المحاسبى فى دار النشر لا يقتصر فقط على اظهار الحسابات الاجمالية للنشاط ، ولكن يجب أن تظهر أيضا الحسابات التفصيلية لكل كتاب على حدة ، وذلك حتى يمكن تتبع نتائج الايرادات والمصروفات فى كل كتاب مستقل .

وبذلك يمكن اعطاء بيانات واضحة الى أقسام المبيعات أو أقسام التحرير عن الكتاب ·

ولتطبيق النظام تحرر بطاقات « كروت » خاصة لكل كتاب ، أو تفتح صفحات فى الأستاذ المساعد ، توضع فيها التكاليف المنصرفة والايرادات المحصلة كل كتاب على حدة ·

وهناك طريقة مبسطة يمكن البدء بها على الأقل . وهى تتضمن اظهار المصروفات الآتية فى كلفة الكتاب .

حقوق المؤلف ـ تكاليف الانتاج ـ الاعلان مع تخصيص « امساك » سجل دقيق لعدد النسخ المبيعة من الكتاب ·

ومن دراسات الناشر لحساباته الاجمالية يمكنه أن يعرف متوسط الخصم الذى منحه للمشترين من كل نوع من أنواع الكتب ·

ومن ذلك يمكنه ان يصل الى رقم تقريبى لمبيعاته من كل نوع من الكتب اذا قام بحساب عدد النسخ المبيعة من كل كتاب وسعر البيع القطاعى لكل كتاب على حدة ·

وكذلك يمكنه أن يتوصل الى مقدار التكاليف الاضافية التى يمكن اضافتها على كل كتاب على حدة ، ويمكنه أن يلجأ الى الطريقة السابق شرحها فى الفصل الثالث ، التى تستند الى نتائج السنوات السابقة ·

وللتطبيق العملى للارشاد حول طريقة التقدير الجزافى لأرباح وخسائر كل كتاب فى اى وقت فانه يمكن الربط بين (**التكاليف المباشرة مع المصروفات الاضافية التقديرية**) ثم مقارنتها بـــ (التكاليف الاجمالية مع ايراد المبيعات التقديرى) .

فعلى سبيل المثال : اذا افترضنا أن ٥٠٠٠ نسخة من الكتاب الذىتمثلنابه فى الفصل الثالث (انظر الجداول من رقم ١ ـــ ٤) فان النتائج تظهر :

الايراد

	مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه
قيمة بيع ٤٩٠٠ نسخة سعر النسخ القطاعى ٨٠٠ مليم بعد استبعاد متوسط خصم ٣٠٪			٢٧٤٤ر٠٠٠

المصروفات

حقوق المؤلف (١٠٪ من ٨٠٠ مليم فى ٤٩٠٠ نسخة)	=	٣٩٢ر٠٠٠
تكاليف الانتـــاج	=	١١٣٧ر٠٠٠
اعـــلان	=	٢٠٠ر٠٠٠
مصروفات اضافية تقديرية بنسبة ٢٥ ٪ من ايراد المبيعات	=	٦٨٦ر٠٠٠
		٢٤١٥ر٠٠٠
الربح التقديرى	=	٣٢٩ر٠٠٠

ومن الجدير ملاحظته أن طريقة احتساب أرباح الكتاب هى تقريبية ، ومن الطبيعى أن الناشر سيحتاج الى وسيلة لادراج ايراده الفعلى من كل كتاب ، وذلك بتعليته فى الحساب الخاص بالكتاب نفسه ٠

وعلى أى حال فان اقتراح طريقة التقدير يتناسب فقط مع طريقة الحساب الخاص لكل كتاب والرغبة فى التوصل لنتيجة تقريبية .

ولكن دار النشر التى تمسك حسابات دقيقة للتكاليف والايرادات تفصيلية فان ذلك يظهر بوضوح فى حساباتها ٠

٢ ـــ فائدة طريقة عمل تقييم للمخزون

نظرا لضخامة تكاليف اعداد الكتاب والوقت اللازم لهذا الاعداد قد يطول ، ونظرا لأن الكتب المنتجة فى السنة قد تباع على مدى سنوات قادمة ، لذلك فان طريقة عمل جرد ضرورية وذات فائدة كبيرة فى النظام المحاسبى فى نشر الكتاب .

فاذا كانت هناك ١٠٠٠٠ نسخة من كتاب تم انتاجها بتكاليف اجمالية بلغت ١٩٨٣ جنيها ، اى ان كلفة النسخة الواحدة ١٩٨٣ مليما،واذا سحبت نسخة لبيعها او لتوزيعها فان مبلغ ١٩٨٣ مليما تضاف الى جانب الدائن من حساب المخزون ، وتضاف القيمة ايضا الى جانب المدين من الحساب الخاص بها وغيره من الأصول .

وبمعنى آخر يمثل حساب المخزون من الكتب قيمة الكتب المتبقية والتى تظهر كرصيد فى اصول الميزانية ضمن الأصول المملوكة للناشر كحساب البنك وغيره من الأصول .

واذا رأى الناشر بعد فترة من الوقت أن لديه من النسخ الزائدة مما يتعذر بيعه ، فانه قد يقرر تخفيض قيمة المخزون من الكتاب ، أو يعمل على اعدام هذه القيمة تماما من دفاتره .

وفى تلك الحالة فان هذه الكتب تظهر بدون قيمة فى دفاتره ، وتضاف قيمة اعدام هذه الكتب الى تكاليف النشر فى نفس السنة التى تم فيها اجراء التسوية ٠

والناشرون الذين يتبعون طريقة تقييم المخزون يعالجون مركز كل كتاب سنويا باعادة تقدير القيمة الواجب تخفيضها فى ضوء الظروف لاعدام ما يلزم منها ٠

ويضـــع الناشر فى اعتباره الكتب التى لم يتم بيعها عنـــد مناقشة أرباح وخسائر كل كتاب على حدة .

فعلى سبيل المثال اذا وجد فى وقت من الأوقات عند حساب الكمية الحدية من المبيعات التى تغطى تكاليفه هى ٧٠٠٠ نسخة من كتاب عدد طبعاته ١٠٠٠٠ نسخة ، وكان هناك اقبال من الجمهور على شراء الكتاب ، فانه يقدر الجزء الباقى من الـــكتاب وهو ٣٠٠٠ نسخة يعتبر فى الواقع ربحا متوقعا صافيا بعد تغطية النسخ الحدية مقابل التكاليف .

وبالرجوع الى الصفحات المتعلقة بالتكاليف والايرادات فى الفصل الثالث فانه يمكن ملاحظة أن بعض البلاد تعالج بطريقة خاصة تقييم المخزون ، وذلك باظهار التكاليف التى لا تتأثر بالكميات مقارنة مع تكاليف الطباعة والورق والتجليد والتى تتأثر بالكميات ، وسواء استخدمت تلك الطريقة أو غيرها فان النتيجة لا تغير من مبدأ استخدام قاعدة تقييم المخزون والتى نناقشها فى هذا الفصل .

٣ ـ فوائد استخدام طريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق

من الطبيعى أن يدرك المحاسبون أن طريقة تقييم المخزون تستدعى استخدام طريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق أفضل من طريقة المحاسبة النقدية .

وطريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق تأخذ فى الاعتبار ادراج الأصول والخصوم ، على حين تقتصر طريقة المحاسبة النقدية على ادراج ما ورد فعلا من أموال وما صرف منها (بدون ادراج أى حسابات تتعلق بالالتزامات أو المستحقات لدى الغير تمت بغير الطريق النقدى) .

فبطريقة المحاسبة النقدية ، قد تظهر جملة مدفوعات الناشر مثلا ٥٠٠٠٠ جنيه وايراداته جملتها ٢٠٠٠٠ جنيه ، وهذا يظهر خسائر تبلغ ٣٠٠٠٠ جنيه فى السنة .

ولكن ربما كان جزء كبير من هذه الأموال قد صرف لانتاج كتب جديدة ثم بيع جزء منها ، أو ما زالت لم يتمنشرها .

ولذلك فان طريقة المحاسبة بالاستحقاق تصحح هذه الصورة ، وذلك لأن الناشر فى الطريقة النقدية لا يعتبر ما قيد من مصروفات الطبع الا الجزء الذى حمل على تكاليف الطبع للكتب المبيعة فقط دون الباقى فى المخزون والتى تعتبر اصلا من الأصول المملوكة .

وطريقة المحاسبة بالاستحقاق تظهر الحقيقة للناشر بوضوح عن طريقة المحاسبة النقدية التى تظهر المركز المالى متدهورا لتجاهلها تلك العناصر التى تعكس الصورة الحقيقية ٠

وقد تظهر الميزانية النقدية مدفوعات الناشر ٢٠٠٠٠ جنيه ، وايراداته لنفس السنة ٥٠٠٠٠ جنيه ، وهذا يبدو مدهشا .

ولكن بطريقة محاسبة الاستحقاق تبين أن الناشر لم يسدد للمطابع عن عدد من الكتب ، وكذلك حقوقا للناشرين عن كتب مبيعة،كما أن كثيرا من الايرادات من مبيعات كتب فى سنوات سابقة يتحتم اضافة تكلفة مبيعاتها على حسابات هذه السنة ، وبالتالى فانه ليس هناك تسديدات معلية تخص هذه الكتب خلال هذه السنة ، انما عن مستحقات لسنوات سابقة ، ولهذا فان المركز المالى يتغير كلية عن الصورة بالميزانية النقدية .

واهم ما تظهره طريقة المحاسبة بالاستحقاق الآتى :

الأعمال تحت التشغيل

ويمثل هـــذا الأصل قيمة التكاليف التى صرفت على الكتب التى لم يتم انجازها حتى تاريخ الميزانية وتتضمن الكلفة المبالغ المسددة مقدما على حساب حقوق التكاليف وأتعاب المصممين والمترجمين ٠٠ الخ والدفعات المقدمة الى المطابع قبل اتمام عملية نشر الكتاب ٠

جرد الورق

ويمثل قيمة الورق الذى اشترى لحساب الكتاب ولم يتم طبعه حتى تاريخ الميزانية ٠

جرد الكتب

ويمثل ذلك قيمة الكتب التى تم انتاجها ولم يتم بيعها .

وتحتاج طريقة المحاسبة بالاستحقاق الى عمل أكثر من طريقة المحاسبة النقدية ، ولكن محاسبى النشر المتخصصين يؤكدون أنها أسهل من الطريقة الثانية فى المدى الطويل ، وانها الطريقة السليمة لاعطاء الناشر صورة حقيقية عن نتيجة الأرباح والخسائر وفى اظهار المركز المالى للميزانية سليما .

وتبدو هذه الملاحظات غير ملائمة من وجهة نظر المحاسبين المتخصصين ، ولكننا رأينا سردها أملا فى أن نقترح على الناشر نوع الطريقة التى يرى السير عليها بعد استشارة المحاسبين القانونيين ، أو الخبراء الفنيين .

الفصل العشرون

محل بيع الكتب بالقطاعى

ان بيع الكتب بالقطاعى هو شريان الحياة الذى يمد صناعة الكتاب بالدم.

وهذه هى النقطة التى يدفع عندها الجمهور المـــال الذى يغذى تجارة الكتاب ·

وكما رأينا فى فصـــول سابقة ، فثمة طرق خاصة لبيع الكتب للأفراد ـــ التوزيع الكبير ، البيع بالاشتراكات ، ونوادى الكتب ، الخ .

بيد أن أوسع الطرق انتشارا وأكثرها اعتيادا ، بل وفى معظم الدول لاتزال أهمها على الاطلاق ، هى طريقة محل بيع الكتب بالقطاعى .

وحتى بصرف النظر عن امكان اســـهام الناشرين المباشر فى بيع الكتب بالقطاعى ، وذلك بأن تكون لهم محال لهذا النوع من البيع خاصة بهم ، فان محل بيع الكتب موضوع اهتمام كبير عند كل الناشرين ·

وعلى هذا ، فان هذا الفصل يعالج موضوع محال بيع الكتب بالقطاعى بصفة عامة ، وليس كما لو كان يمد صاحب محل بيع الكتب بدليل او مرجع خاص به ·

ومحل بيع الكتب بالقطاعى ، أينما كان ، فى وضع شبيه ، على نحو ما بوضع المدرسة او المكتبة . وهذا التشبيه اكثر وضوحا فى الدول النامية ، اكثر ممـــا هى الحال فى المجتمعات التى يؤدى فيها العـــدد الكبير من المدارس والمكتبات العامة وسياسة تزويد الكتب الدراسية بالمجان ، الى وجود دواع اقل

لدى الناشئة فى النظر الى محل بيع الكتب على اعتبار انه المصدر الطبيعى او ربما المصدر الوحيد لمـــادة القراءة .

ويطيب للغربيين ان يذكروا ـ على سبيل توبيخ بلادهم ـ مثال باريسول فى باكستان الشرقية ، وهى مدينة لا يتجاوز تعدادها خمسين الف نسمة ، والتى كانت الى سنوات قليلة مضت لديها اثنا عشر محلا لبيع الكتب ، فى حين أن عدد سيارات الركاب كان ثلاثا فقط فى المدينة كلها ٠

وأحيانا ينشىء الناشرون سلاسل من محال بيع الكتب سعيا وراء التوزيع الكبير ـــ وان كان من الأحسن والأفضل من وجهة نظرهم ـــ ترك تجارة القطاعى فى أيدى المحترفين المتخصصين .

ان بيع الكتاب بالقطاعى فن ، يجب ان يلائم فيه الكتاب الصالح ، الزبون الصالح . ومن ثم ، فتكاد تكون هناك طرق ووسائل لبيع الكتب بقدر ما هناك من كتب للبيع . ويجب على صاحب محل بيع الكتب أن يأخذ فى اعتباره موقع ومظهر المحل ، ومنوعات الكتب التى فى حوزته ، ونوع العاملين عنده ، والخدمة التى يؤدونها للزبائن ٠

والمبادىء واحدة ، من حيث عموم التطبيق والسريان ، سواء أكان محلا لا يزيد على عدد قليل من الرفوف التى ترص عليها الكتب صفا صفاق قلب سوق تجارية شرقية ، أم كان بناء مستقلا فى شارع رئيسى فى مدينة كبيرة مثل ريو دى جانيرو ٠

ان الغرض من محال بيع الكتب بالقطاعى هو جعل كتب جميع الناشرين فى متناول كل الزبائن . وهذا الغرض قمين بأن يخفق ـــ وفى المدى الطويل فان التجارة نفسها سوف تكسد وتبور ـ اذا ما حاول الناشرون ان يؤثروا محال بيع الكتب التى يملكونها باحتكار خاص بتجارة القطاعى فى الكتب التى يصدرونها ٠

ان بائع الكتب المستقل ينبغى ان يكون فى وضع يتيح له أن يحصل على نسخ

من الكتب بتخفيض مناسب ، وأن يكون فى وضع تنافسى عادل حيال محل بيع الكتب بالقطاعى التابع للناشر ٠

ومن اجل هذا فان الناشرين المتنافسين الذين يملكون محال بيع كتب ينبغى، كذلك ، أن يمتاروا من كتب بعضهم بعضا ٠

والجهود المشتركة لهم اجمعين ، كفيلة بأن تضاعف اضعافا مضاعفة ، المجموع الكلى لجميع الكتب التى سوف تباع ٠

وفى الولايات المتحدة الأمريكية ، فان عددا من اشهر محال بيع الكتب المملوكة للناشرين ، مثل دار نشر سكربنر ودار نشر دبلدى ، لا تقتصر فحسب على أن تمتاز من كتب غيرها من الناشرين ، وانما ايضا تروج لها بكل نشاط وهمة ، وتعرضها فى ابرز مكان فى واجهات العرض باستمرار ٠

وليس هذا فقط السبب الأساسى فى حجم المبيعات الضخم لتلك المحال ، وانما هو أيضا اسهام هام فى مضاعفة عدد الزبائن الذين يشترون الكتاب .

وفى بعض الدول الاسيوية فان محال بيع الكتب التى يملكها الناشرون تحصل على بضاعتها من الناشرين الآخرين ، ليس عن طريق الشراء ولكن عن طريق التبادل أو المقايضة ــ حيث يتسلم كل ناشر دون دفع نقود عددا معينا من النسخ من كل كتاب جديد حين صدوره .

وهذه الطريقة لا غبار عليها فى حد ذاتهـــا ، ولكن من اخطارها نزعة صاحب محل بيع الكتب الى الظن بأن بضاعته « بالمجان » وأن فى مستطاعه من ثم ، أن يخفض اثمان البيع كما يشاء ، الأمر الذى يحول دون ربح المحل كما يجب من الصفقة .

والأخطر من ذلك ، أنها تضع بائع الكتب المستقل فى مركز التنافس غير العادل ، وتؤدى الى الاحجام عن فتح محال جديدة لبيع الكتب ، مما يترتب عليه انكماش عدد زبائن الكتاب ، فضلا عن تكاثره ومضاعفته ، وهو الأمل المرجو من نظام سديد للبيع بالقطاعى ٠

وأهم حاجة أساسية لمحل بيع كتب ناجح ، هى ، طبعا ، توافر مدير ذكى يقظ نشيط ملم بكل ما يتعلق بالكتاب ، ولديه كفاية فى الأعمال التجارية .

ولكن ، بعد ذلك فان أول مطلب هو رأسمال كفيل بأن يزود المشروع بالعتاد المادى والبضاعة المطلوبة من الكتب التى يراد بيعها ، والانفاق على الأعمال الجارية ومصروفات العمل والعمال .

ورأس المال المطلوب يتوقف طبعا ، على حجم وموقع المكان المختار للمحل، وعدد ونوع الكتب ، وطريقة الاداء والعمل ، بما فى ذلك مدى ما فى وسع بائع الكتب ان يأخذه بالنسيئة من الناشرين لمشترياته .

راس المال

لا توجد قاعدة عامة يمكن سنها بالنسبة لمقدار رأس المال المطلوب لمحل بيع كتب ، لأن الظروف والأحوال والشروط تتفاوت الى حد كبير من دولة لأخرى .

بيد ان لا جناح علينا فى هذا الصدد من ان نذكر على سبيل الاقتراح او المثال ان دراسة اتحاد بائعى الكتب الأمريكيين تومىء الى أن مقدار رأس المال المطلوب فى البداية هو حوالى ثلث مقدار حجم التجارة فى سنة متوسطة . وعلى هذا فانه اذا كان من المتوقع أن يكون حجم مجموع المبيعات السنوية الكلى هو ثلاثين الفا من الجنيهات فان مقدار رأس المال الذى ينبغى ان يتوافر فى البداية يكون مائة الف من الجنيهات .

ومن الطبيعى ان اى عمل تجارى يلقى ظروفا صعبة فى عامه الأول ، ومن ثم فان بائع الكتب الجديد ينبغى أن يكون لديه حساب كاف واف فى المصرف لراس المال حتى بعد الوفاء بكل النفقات الخاصة بالانشاء والتأثيث وبضاعة الكتب .

وفضلا عن ذلك ينبغى ان يكون فى وسع صاحب المحل ان يسحب من ماله الشخصى الوفر لنفقات عيشه فى السنة الأولى ريثما تؤتى تجارته أكلها ، وتدر عليه الأرباح المرجوة فى الوقت المناسب .

ومن أجدى الطرق الجديرة بأن يتبعها محل بيع الكتب « لبسط ومط » رأسماله هو كسب ثقة الناشرين والحصول على حق طلب الكتب بالنسيئة ، مؤجلة الدفع لمدة ثلاثين يوما أو ستين يوما أو حتى الى أجل أطول من ذلك .

وثمة طريقة أخرى « لبسط ومط » رأس المال هى الافادة من الحق الذى يعطيه الناشرون فى بعض الدول (وان كان ليس فى كثير أخرى منها) والذى يخول للبائع حق ارجاع الكتب التى لا تباع كما سبق ان ذكرنا فى الفصل الثامن .

والناشرون يبحثون دائما عن مسالك جديدة ، وانهم ليرحبون بأى بائع كتب جديد ، خصوصا ذلك الذى يستطيع أن يمول نفسه فى أثناء الفترة التى يكون فيها المحل فى سبيل البناء والانشاء .

بل وقد يكون فى الامكان الحصول على بعض البضاعة الأولية من الكتب بطريقة الوديعة أو الايداع (وهى التى تسمى فى العرف التجارى طريقة صك التسليم أى التى تخول للبائع عدم دفع الثمن الا عندما تباع الكتب) .

ولكن يجب أن يكون مفهوما أن شروط الدفع المؤجل التى تتسم بالتساهل لا تعطى الا لبائع الكتب الذى يفى بالزاماته فى اجلها المسمى على الفور .

كما ينبغى أن تكون العلاقات بين بائع الكتب والناشر ، علاقات ودية مخلصة حيث أنهما يبتغيان نفس المأرب — الا وهو بيع مزيد من الكتب لأكبر عدد ممكن من الناس ما استطاعا الى ذلك سبيلا .

وثمة اعتبار مضاد فى الطرف المقابل ، هو حساب ثمن رأس المال الاضافى لبائع الكتب اذا سمح بالبيع بالنسيئة لزبائنه بالقطاعى . ذلك بأن بعض رأسماله سوف يحتبس فى قائمات حساب لم تدفع لمدة ثلاثين يوما على الأقل، وبصرف النظر ايضا عن الخسارة الممكنة بسبب الديون التى لا يفى أصحابها بالسداد ، وكذلك النفقات الادارية الاضافية الخاصة بعمل وحفظ الحسابات الخاصة بزبائن القطاعى .

ولهذا السبب ، فان كثيرا من محال بيع الكتب تتبع سياسة البيع بالنقد فقط ، فيما عدا المبيعات الخاصة بالمؤسسات مثل المدارس والجامعات والمكتبات ·

محل بيع الكتب

من الطبيعى ان موقع المحل يعتبر من أهم المسائل ، فمن الخير دائما ان يكون فى منطقة يتردد عليها الناس كثيرا ، سواء أكان ذلك يعنى وجوده على شارع رئيسى فى حى التجارة أو الاستبضاع ، أم قريبا من احدى الجامعات ، أم (فى بعض الدول) فى موضع طيب فى السوق الرئيسى للبلدة .

ان القرب من دور السينما والملاهى والمحال التجارية وغيرها من مراكز التجمع الطبيعية يمكن ان يكون مفيدا فى كثير من الأحايين . ولكن مجرد الحشود الحاشدة فى مكان ما ، ليس بالضرورة دليلا على المكان الملائم أو المناسب فى هذا الصدد ، فانه اذا كانت هذه الجمهرة ذات قوة شرائية محدودة ، أو كانت من النوع الذى لا يحفل بالكتب ولا يهتم بها ، فان الأعداد فى ذاتها لن تكون ذات نفع او جدوى ·

الايجار : ثمة قاعدة عن مقدار الايجار الذى يدفع ، وقد استعملت فى بعض الدول ، خليقة بأن نضعها نصب أعيننا ، وان كانت يقينا ، غير قابلة للتطبيق فى كل مكان ·

فلقد ارتأى بعض دارسى بيع الكتاب ان الايجار السنوى ينبغى الا يتجاوز ستة فى المائة من الحجم السنوى للمبيعات . وفى المثال المذكور آنفا ، حيث يكون المتوقع من البيع السنوى هو ثلاثين الف جنيه ، فان الايجار وفق هذه القاعدة ينبغى الا يزيد عن ١٨٠٠ جنيه فى السنة أو ١٥٠ جنيها فى الشهر .

الحجم والشكل والتنظيم : انه لأمر يكاد يكون من المحال أو غير الواقعى على الأقل تحديد مواصفات الحجم والشكل والتنظيم أو التخطيط لمحال بيع الكتب عموما ، ليس فقط بسبب الاختلاف فى الرأى بين بائعى الكتب ولكن ايضا لأن المساحة المثالية لن تتوافر فى كل مكان .

(ولقد اعدت مختلف اتحادات بائعى الكتب نماذج للتنظيم أو التخطيط . يمكن الاطلاع عليها او على نظائرها فى كتيبات بائعى الكتب .وهى مفيدة على الأخص عندما يشرع فىانشاء بناء جديد حتى يكون الحجم والشكل مناسبين تماما للخطط الموضوعة) ·

وعلى الرغم من انه ليس فى الامكان ذكر قواعد عامة فى هذا الصدد ، الا ان هناك اعتبارات هامة ينبغى أن تكون فى ذهننا ، أيا ما كان حجم وشكل المساحة الموجودة · ومن هذه الاعتبارات حتمية وجود غرفة لتخزين الكتب ، ومن الأفضل أن تكون اقرب ما يمكن لدورة المياه ، اذا وجدت .

واذا كان السقف عاليا بدرجة كافية تتيح وجود شرفة أو ما يسمى بالدور المسروق (وهو طبقة فى بناء بين الطابقين العلوى والسفلى قليل الارتفاع) فان ذلك خليق بأن يزيد من المساحة المستعملة · ولكن ينبغى اعطاء عناية خاصة لمكان السلم المفضى اليها ، ذلك أن وجود السلم فى الوسط يبتلع مساحة قيمة ممكن ان تخصص للبيع فى الطابق الرئيسى ، ويحول دون رؤية الزبائن للمنظر الكامل للمحل ·

النوافذ : ان عــدد ونوع النوافذ يتوقف على مساحة المحل المواجهة للشارع ·

والاكثار من النوافذ الى حد الغلو يصبح مشكلة بالقياس الى عدد الكتب المطلوبة للعرض ، ومقدار الوقت الذى يحتاج اليه بائع الكتب المشغول ، الذى تتطلبه العناية بها على نحو موصول متجدد . ثم ان كثرة النوافذ لابد وأن تسلب المحل مساحة قيمة ثمينة من الجدران المطلوبة للرفوف وغيرها من ضروب الأثاث الثابت .

وحيث ان النوافذ هى الاعلان الدائم للمحل ، فيجب ان تكون جذابة مغرية لافتة للنظر بقدر الامكان . أما ضروب الاثاث الثابت فى النوافذ فيجب أن تكون بسيطة وعملية ووظيفية . ان الغــلو فى الزخرفة والتهاويل البارزة خليق بأن يصرف النظر عن الكتب المعروضة .

ينبغى تصميم نوافذ العرض وما يوضع فيها من اثاث او بضاعة بحيث يسهل الوصول الى مساحة العرض من داخل المحل ، كما ينبغى ايضا أن يكون من السهل بلوغ النوافذ لتنظيفها وتنسيقها .

ويجب أن تنظف النوافذ من الداخل والخارج ، على السواء ، مرة كل اسبوع على الأقل .

الاثاث الثابت : ينبغى ان يكون المحل جذابا بقدر الامكان ومزودا بضروب من الأثاث الثابت العملى الوظيفى ، وبأضواء تريح العين ، وزخارف بسيطة، وتكييف هواء ، اذا كان ذلك ميسورا .

ولا مراء فى أن بائع الكتب قد يتوق الى كل هذه الأشياء الجميلة الجذابة البراقة ، ولكنه ، اذا كان لا يملك الا راس مال محدودا ، فمن الخطر أن ينفق عليها كل المال الذى تتطلبه . من الخير والأجدى أن تكون لديه بضاعة متنوعة ومنظمة تنظيما جيدا سديدا بدلا من استهلاك رأس المال فى عتاد غالى الثمن واثاث باهظ التكاليف وزخارف ترهقه من أمره عسرا .

ويمكن أن تصنع الرفوف والقوائم من الخشب أو المعدن ، أيهما ارخص ثمنا فى المنطقة المعينة . وينبغى أن تكون الرفوف على طول الجدران منخفضة بدرجة كافية تتيح للشخص ذى الطول المتوسط أن يصل الى الرف العلوى بدون استعمال السلم النقالى . وعندما تكون ثمة مساحة بين الرف العلوى والسقف ، فيمكن استعمالها لعرض الملصقات واللوحات الفنية واغلفة الكتب الزاهية الألوان ، وغيرها من الأشياء المناسبة للعرض فى محل لبيع الكتب .

ينبغى عدم استعمالها للبضاعة الزائدة ، التى مكانها المخزن .

والرفوف القابلة للتعديل والتغيير يمكن ملاءمتها لأحجام الكتب المختلفة وخصوصا المعاجم « القواميس » والموسوعات والأطالس وغيرها من الأسفار ذات الأحجام غير المألوفة ، وهى ليست مشكلة عندما تستعمل « الرفوف » القابلة للتعديل المصنوعة من الصلب .

على أنه يجب تخطيط الرفوف الخشبية مقدما ، لكى تتلاءم مع الشرائط المعدنية والأذرع والقوائم التى سوف تقوم عليها .

وبسبب النتاج العظيم لكتب التوزيع الكبير والايراد المتزايد من بيعها ، فينبغى تخصيص مساحة سخية لوضعها وعرضها . والرفوف السلكية اقل فى الثمن من الخشبية ، واذا كانت عريضة جدا ، فانها سوف تبتلع مقدارا كبيرا من مساحة الأجنحة ، واذا كانت عالية جدا فانها تسد المنظر الكامل للمحل وتخلق مواضع مسدودة غير ذى منفذ — ما ألذه وأرضاه لسارقى الكتب !

وكل الاثاث الثابت ينبغى أن يصمم ويخطط بكل دقة وعناية وحساب لتلافى التغييرات بعد بنائه وتثبيته . ذلك أن التغييرات باهظة التكاليف .

ومن الوجهة المثالية ، فان المحل ينبغى أن يكون مزودا الى جانب الرفوف ببعض الموائد لعرض المطبوعات الحديثة الجارية .

وينبغى أن تكون صغيرة الحجم بدرجة تسمح بنقلها بسهولة الى أنسب الأماكن حيث يتسنى لعابر السبيل أن يراها .

واذا زودت المائدة برف تحتها فان ذلك يعتبر ميزة من حيث رسوخها ومن حيث اضافة مساحة لمزيد من البضاعة .

أما الأجنحة التى بين الأثاث الثابت والموائد والرفوف فينبغى أن تكون واسعة بحيث تيسر ولوج كل اجزاء المحل للزبائن والموظفين .
ان مساحة الجناح ليست مساحة مبددة .

وينبغى وضع مائدة خاصة بلف الكتب وحزمها قريبا من المدخل تتميز بمساحة كبيرة لآلة تسجيل النقود ، اذا كان المحل مزودا بواحدة منها .

ومما يغرى الزبون وضع كتاب أو كتابين من أشد الكتب رواجا فى الموسم على هذه المائدة ، لكى تلفت نظره فى أثناء انتظاره لف وحزم الكتب التى اشتراها .

والأضواء السلطعة فى غاية الضرورة من حيث نافذة العرض الى أبعد جزء من المحل ، حيث قد يطيب للزبون أن « يرعى » فى الكتب على سجيته .

وانه لاقتصاد زائف ، أن يوفر المحل فى الاضاءة ٠

ومن المعلوم أن أنوار الفلورسنت أكثر كلفة فى الانشاء ولكنها أقل نفقة فى الكهرباء ، ومن ثم فهى أرخص فى المدى الطويل ٠

تموين المحل

ان العتاد المادى والأثاث والأجهزة والأدوات التى وصفناها فى السياق السابق، لها اهميتها ، ولكن الشىء الوحيد الجوهرى حقا فى أى محل لبيع الكتب هو بضاعته من الكتب . وشراء المؤونة الأولية من الكتب ليس سوى بداية لما سيصبح أكثر النواحى الحاحا ومطلبا فى عمل بائع الكتب .

هذه مسألة لا يستطيع أن يتهاون فى أمرها لحظة واحدة ٠

وقبل أن ينفق بائع الكتب أى مال ، فيجب أن تكون لديه فكرة واضحة سليمة عن أنواع الكتب التى سيطلبها لتوافق سوقه .

ولزام عليه أن يعرف احتياجات موقعه ، وأن يلم الماما واعيا بالأنواع المحتكرة الخاصة التى يتجر فيها منافسوه فى الجيرة ، وأن يدرس ما يراه من وجهة نظره عيوبا فيهم أو مثالب أو نواحى نقص فى عملهم بحيث يسد هو هذه الثغرات فيخلع على محله طابعا مميزا .

ويجب عليه ايضا أن يكون فى مستطاعه الاعتماد على معرفته الخاصة بموضوعات معينة بالذات ، وبالزبائن المأمولين الذين يرى أنهم سوف يهتمون بكتب هذه الموضوعات فيقبلون على شرائها ٠

وابتغاء التوفيق فى تموين المحل بالكتب ، وكذلك عمل طلبات خاصة لزبائن يريدون شيئا ليس موجودا على الفور ، فان بائع الكتب يجب أن يتعلم كيف يستعمل « العدد » الأساسية لحرفته ــ واهمها نشرات الناشرين وكتالوجاتهم،

وقوائم مراجع الكتب المطبوعة (اذا وجدت باللغات التى يتعامل فى كتبها وغيرها من الوسائل والفهارس المعينة فى هذا الصدد .

واذا كان المحل يتعامل فى الكتب المستوردة باللغات الاجنبية بالاضافة الى الكتب المطبوعة محليا باللغة القومية ، فان ذلك مما يزيد عبئا اضافيا على عاتق بائع الكتب فى عمله ، اذ يتعين عليه أن يعرف كيف يطلب شراء الكتب من الخارج وكيف يحصل على العملة الأجنبية اللازمة لمشترياته ، وكيف يتولى اجراءات التخليص من الجمارك ، وهلم جرا ·

والشراء ممكن أن يتم بطريقة مباشرة من الناشر أو بواسطة وسيط أو بائع جملة ، وبالنسبة للمحل الصغير ، فمن الأوفق أن تكون معظم الكتب المشتراة من بائع الجملة حتى ولو كان التخفيض فى الثمن بالجملة أقل مما يسمح به الناشر . وهذا الفرق فى نسبة التخفيض يمكن تعويضه بتوفير الوقت والمال بالشراء من ممول واحد ·

ان فائدة كتابة طلب واحد ، وتسلم شحنة واحدة ، ومراجعة قائمة حساب (فاتورة) واحدة ، ودفع الثمن بشيك واحد ، واضحة بذاتها ، لا مراء .

وينبغى أن يتسم كل الشراء بطابع الهوينى والحذر . والقاعدة المفيدة هى : اشتر على مهل ثم أعد الطلب بعد ذلك بسرعة · فليس ثمة شىء أحب الى الناشر من اعادة الطلب . ثم ان بائع الكتب ستكون بضاعته أكثر طلاوة « طزاجة » وجدة ، وفى نفس الوقت تنكمش قائمة الجرد عنده الى الحد الأدنى .

وقد ينفد من عنده كتاب معين لمدة يوم أو يومين ، ولكن من الخير أن يفقد بيع نسخة بدلا من أن يتبقى لديه كمية بائرة بعد زوال الاقبال على الكتاب .

عرض البضاعة

ينبغى عرض كل انواع الكتب الموجودة على رفوف مفتوحة ، ودواليب مفتوحة ، وموائد ظاهرة فى متناول الناس . وفيما عدا بعض الكتب النادرة

فلا ينبغى اخفاء أى شىء عن الزبون · وينبغى أن يسمح له بتناول أى كتاب وتصفحه .

ومن الأوفق تلافى المناضد الطويلة أو الموائد الطويلة القريبة من المدخل والتى قد تكون بمثابة دريئة أو صادة أو مانعة . ان الناس لا يحبون القفز فوق الحواجز كما ينبغى أن يكون المدخل واسـعا فسيحا بقـدر ما تسمح به المساحة · ان المدخل الواسع الفسيح انما يشبه علامة « ترحيب » ، وهو رمز يعبر عن أن المحل وصاحبه وموظفيه وأسفاره تقول للقارىء « هيت لك » .

رقابة وضبط البضاعة

ان رقابة وضبط البضاعة موضوع هام جدير بانتباه بائع الكتب ، ليس فقط من أجل حسن الادارة والتدبير ، ولكن ايضا لأن ذلك خليق بأن يحدث فرقا فى مقدار تجارته وأرباح المحل ·

فاذا حدث أن محل بيع كتب نفد ما لديه من كتاب من أروج الكتب ، بسبب سوء الضبط والتدبير ، فان ذلك معناه خسارة لا مسوغ لها .

ومن جهة أخرى ، اذا أفرط البائع فى اعادة طلب مزيد من النسخ لانه لا يعرف عدد ما باعه ، ولا يدرى شيئا عن حركة رواج الكتاب منذ عهد قريب فانه سوف يشغل مقدارا من رأس المال بلا لزوم ، وربما يؤدى ذلك الى البوار والخسارة التى لا سبيل الى تعويضها ·

وثمة أنواع مختلفة كثيرة من رقابة وضبط وتدبير البضاعة .

ويجب أن تكون الطريقة بسيطة وسهلة الاداء لأن عدد عناوين الكتب المختلفة وقيمة كل كتاب على حدة تعتبر صغيرة نسبيا .

والكتيبات الخاصة ببائعى الكتب تبين بعض الطرق المستعملة غالبا فى هذا الصدد .

والغرض هو حفظ سجل (عادة ما يكون على شكل بطاقة واحدة لكل

كتاب ، وتكون البطاقات معنونة باسم المؤلف) يبين الثمن وتواريخ طلبيات الكتاب . وعدد النسخ المطلوبة فى كل « طلبية » . ثم بعد ذلك ، وهذا أمر يتوقف على النظام المتبع ،يراجع المدير المبيعات ، ربما فى نهاية كل شـــهر اذا تيسر ، وينظر فى البطاقات ليرى تاريخ حالة الكتاب المعين وخط سيره ، ثم يرسل فى طلب المزيد من الكتاب من الناشر .

وثمة طريقة مفيدة ، وان كانت غير رسمية تستعمل فى كثير من المحلات، وتتلخص فى وضع سجل على مكتب الصراف يقيد فيه المـــوظف أســـماء الكتب التى يبيعها . وفى وسع المدير أن يستعمل هذه القائمة فى مراجعة عدد الكتب على الأرفف ، ويستعين بها فى تقرير اى من الكتب يحتاج الى اعادة طلب بعد التثبت من بطاقات حصر المخزون لمعرفة مدى رواج الكتاب فى الآونة الاخيرة .

الجرد السنوى

ثمة جرد سنوى يتم فى نهـــاية كل سنة مالية . وعادة ما يتحدد الأجل المسمى للجرد بمساء آخر يوم من السنة المالية عندما يغلق المحل بالنسبة للزبائن حتى يتم هذا العمل دون مقاطعة .

وكل هيئة الموظفين ــ قســـم البيع والادارة والمكتب والتسلم والشحن ملزمون بهذا العمل الذى لا مفر منه .

ويقسم الموظفون الى فرق ، كل فريق من عضوين أحدهما يقرأ الكميات والاثمان ، والآخر يضع علامات على الارقام المدونة فى قوائم الجرد التى تعد خصيصا لذلك مقدما .

وكل قسم ، ومائدة ، وصوان « دولاب » ، ورف ، ترقم برقم مسلسل ، ثم توضع قائمة الجرد حاملة نفس الرقم مثبتة فوق كل وحدة من هذه الوحدات .

والمدخلات التى تثبت فى قوائم الجرد هذه انما تتم بتحديد عدد النسخ وثمن البيع بالتجزئة لكل كتاب فحسب ، وليس بعنوان الكتاب . ذلك أن طريقة

العنوان فى الجرد ، أصبحت نسيا منسيا فى الولايات المتحدة الأمريكية منذ زهاء نصف قرن عندما وجد أن طريقة الكمية والثمن سهلة ومجدية ، وتعطى صورة كاملة للقيمة الحقيقية للكمية بعد خصم نسبة متوسطة من سعر التجزئة الاجمالى .

وعندما يتم تسجيل الجرد ، تبوب القوائم وتحسب لمعرفة القيمة الاجمالية للقطاعى ، ثم يحسب متوسط الخصم بالنسبة للبضاعة كلها ، وهذه تخصم من المجموع الكلى . والباقى هو القيمة النقدية للبضاعة فى المحل فى نهاية السنة المالية .

ومرة كل سنة تقريبا ، فمن الأوفق عمل فرصة « أوكازيون » (تصفية للبضاعة القديمة) بأسعار مخفضة تخفيضا كبيرا وخصوصا للكتب الكاسدة . وهذا كفيل بأن يفيد المحل من وجوه عديدة ، فهو يخلص الرفوف من البضاعة الميتة ويخلى مكانها لكتب جديدة ونسخ طازجة وعناوين ما ظهر حديثا مما يسمى « كتب الساعة » أو كتب اليوم التى لا يكف الناس عن طلبها فى ابانها وكأنها خبزهم اليومى ، ولذلك فهى تسمى كتب « الخبز والزبد » .

وثمة فائدة أخرى للتصفية وهى أنها تحول البضاعة الميتة البائرة الى نقود عاملة . وهى خليقة بأن تجلب للمحل زبائن جددا ممن لا يقبلون على شراء الكتب الا فى مناسبات التصفية وبالأثمان المخفضة .

وخير وقت لمناسبة التصفية هو قبل جرد البضاعة فى نهاية السنة المالية .

الترويج

ان بائع الكتب الناجح لا يقبع فى عقر محله فحسب ، منتظرا وفود الزبائن تلج داره .

وانما يبذل قصارى جهده وكل مافى وسعه لكى يجلبهم اليه . وفى الدول التى يتيسر فيها الاعلان بالبريد المباشر ، فان « قائمة بريد » بائع الكتب تعتبر

من أكثر الوسائل قيمة وفعالية . وفى وسعه ان يستعمل النشرات التى يصدرها الناشرون (والتى سبق شرحها فى الفصل التاسع) . وفى وسعه أن يصدر بيانات خاصة مطبوعة أو منسوخة على الآلة الكاتبة من لدنه . وفى وسعه أيضا أن يتبع سبيل الاعلان فى الصحف أو المجلات ، خصوصا اذا كان هناك تنظيم أو تدبير تعاونى كما سبقت الاشارة الى ذلك فى سياق سابق ، حيث يلتزم الناشرون بتحمل جزء من النفقة ٠

ومن نافلة القول ، أن مدير المحل اليقظ النشيط ومن عنده من خير الموظفين وأكفأهم ، يتعين عليهم أن يعرفوا الاهتمامات الخاصة بزبائنهم ويحيطوهم علما أولا فأولا بما يرد اليهم من كتب جديدة فى ميادينهم المختلفة ٠ وهذه الطريقة ذات الطابع الشخصى فى صلة المحل بزبائنه تستنفد كثيرا من الوقت والجهد بلاشك ، ولكنها من أحسن الطرق وأجداها فى خلق ولاء واخلاص ووشائج ودية فى الزبائن الطيبين ٠

وفى التحليل النهائى ، آخر الأمر ، فان أهم ترويج فعال هو عرض الكتب فى النوافذ لجذب الزبائن وجر رجلهم داخل المحل ، وفى الأصونة « الدواليب » وعلى الرفوف والموائد داخل المحل لتقيد أبصارهم وتثير شغفهم وتحضهم على الشراء اذا ما ولجوا أبواب المحل وأصبحوا فى داخله ٠

العناصر الجوهرية للمحل الجيد لبيع الكتب

ان أهم الخصائص المميزة لمحل جيد لبيع الكتب ، يمكن سردها فيما يلى :

١ ــ موقع طيب يسهل الوصول اليه .

٢ ــ نوافذ نظيفة جذابة ذات اضاءة جيدة ٠

٣ ــ أثاث عملى وظيفى ولكن جذاب فى نفس الوقت .

٤ ــ كتب متنوعة منسقة تحوى كل طريف وتالد على غرار من كل بستان زهرة ، تنظف يوميا .

٥ ـ تنظيم ذكى للبضاعة ، بحيث يتسنى للموظفين والزبائن تناول الكتب بسهولة ٠

٦ ـ هيئة موظفين مدربين أحسن تدريب ، يأخذون أجورا كافية ابتغاء ثبات واستقرار الموظف وعشقه لعمله وتفانيه واخلاصه فى أدائه ، الأمر الذى يؤدى الى خفض عملية استبدال الموظفين بغيرهم الى الحد الأدنى .

٧ ــ الذوق والأدب حيال الزبائن .

٨ ــ الترحيب الحار بأولئك الذين لا يريدون سوى « مجرد القاء نظرة » مع وضع لافتة فى نافذة العرض تقول « تفضل بالدخول لتجوس خلال الدار وترعى كما تشاء » ٠

٩ ــ ساعات محددة لأوقات العمل مع لافتة فى مدخل المحل عليها بيان بوقت فتح وغلق المحل .

١٠ ــ القدرة على استعمال الأدوات والوسائل المعيارية لبائعى الكتب : الكتالوجات ، والفهارس وقوائم المراجع ، الخ .

١١ ــ الالمام بالاهتمامات الخاصة لزبائن المحل أو على الأقل لفئات خاصة منهم ممن يعتبرون زبائن طيبين .

١٢ ــ العضوية فى أحد اتحادات بائعى الكتب ــ أو الأخذ بزمام المبادرة فى المساعدة على تنظيم وانشاء اتحاد اذا لم يوجد أحدها أو نظيره ٠

الفصل الحادى والعشرون

التدريب الخاص بصناعة الكتب

ان لفظ « تدريب » يستعمل عادة للدلالة على تعليم المهارات اللازمة لأداء مناشط محددة معينة مثل عملية خراطة الخشب أو المعدن ، أو صنع اللحام ، أو الطهو ، أو النسخ على الآلة الكاتبة . ولكننا هنا نستعمل اللفظ فى معنى أوسع وأعم وأشمل ليعنى تزويد الفرد :

أ ــ بمعرفة مهنية ·

ب ــ بالمهارات المتخصصة ·

ج ــ وبما يعادل أ و ب فى الأهمية ، وهو بالثقة المطلوبة لأداء مناشط معينة على الوجه الأكمل .

ومن ثم ، فبموجب هذا التعريف ، فان التدريب يشمل :

١ ــ التدريب الأساسى للمبتدىء ، اما قبل الوظيفة واما كتلميذ صنعة عند صانع أو محترف .

٢ ــ تدريب أكاديمى أو مهنى رسمى (ان الطباعة وادارة مؤسسات الطباعة تعتمد بصفة خاصة على مثل هذه البرامج) .

٣ ــ حلقات تدريب وبحوث ــ غير أكاديمية ، وورش تدريب ، ومؤتمرات ، عادة ما تخصص للأشخاص الذين زاولوا مهنة نشر الكتاب أو الطباعة لفترة ما .

٤ ـ طائفة من المناشط غير الرسمية ، التلقائية ، التى يبادر اليها الفرد من تلقاء نفسه · ويمكن سرد قائمة طويلة بهذه المناشط ، ولكن عددا قليلا من الأمثلة يكفى فى هذا الصدد .

قراءة الكتب والمجلات المهنية

الانضمام الى ، أو المساعدة فى انشاء نواد غير رسمية ، أو اتحادات تضم أشخاصا ذوى اهتمامات ومصالح مهنية مشتركة لتبادل الافكار ومناقشة المشكلات المشتركة ، والالمام بأعمال وشئون كل فروع صناعة الكتاب ودراستها عن كثب . وعلى سبيل المثال بالنسبة لهذا النشاط الأخير فان محررا ما ، عن طريق زياراته المتكررة لمحال الكتب المحلية ، يستطيع أن يلاحظ أمورا كثيرة تفيده بطريقة غير مباشرة . وكذلك الأمر بالقياس الى غشيانه لدور الطباعة من حين لآخر ، فانها كذلك ، خليقة بأن تزيد من خبرته وتثرى معلوماته .

ان التدريب والمرانة والتمرس بكل هذه الأنواع يلعب دورا فى صناعات الكتاب للدول النامية ، وسوف نزيد هذا الأمر بيانا وايضاحا فى السياق التالى .

على أن النقطة الهامة هى أن التدريب ، بالنسبة لكل نواحى صناعة الكتاب ، يجب ألا يحسب على أنه برنامج تدريب ينتهى برخصة أو شهادة تخول لصاحبها مزاولة التحرير ، أو تصميم الكتب ، أو بيع الكتب ، ذلك أن صناعة الكتاب ، اذا فهمت فى معناها الوسيع شمولا واحاطة ، فانها ، بلا نزاع ولا مراء ، كل المناشط غير الرسمية المذكورة فى رقم (٤) مقترنة مع الخبرة التى علمت اى ناشر ناجح او مصمم أو بائع كتب فى اى بلد تقدم فى هذا المضمار ، ما لم يعلم .

هدف رئيسى

لقد ذكرنا فى مستهل هذا الفصل الأهداف الرئيسية للتدريب فى صناعة الكتاب وهى :

(أ) المعرفة المهنية .

(ب) المهارات .

(جـ) الثقة ·

ولعل الثقة ، من بينها جميعا ، هى أعظمها أهمية ·

ان المقامر أو المغامر ، لن يصبح بالضرورة ناشرا ناجحا ، ولكن الناشر لكى ينجح يجب أن يكون على شىء يسير من روح المقامر أو المغامر ·

وبدون المعرفة المهنية والمهارات ، فان الثقة تصبح تهورا غير مأمون العاقبة ، ولكن ما لم يكتسب المرء الثقة بالاضافة الى المعرفة المهنية والمهارات المتخصصة ، فان التدريب لابد وأن ينتهى الى الاخفاق والبوار لا محالة ·

ومسألة الثقة هذه ، ذات مساس خاص له أهميته وخطره بالقياس الى أهل صناعة الكتاب فى الدول النامية .

ذلك أن الناشر ، أو المحرر أو بائع الكتاب فى أمريكا أو اوربا يعمل فى نطاق تقاليد راسخة على نحو ما . وقد يكون مجددا ، ولكن تجديداته نادرا فقط ، ما تكون ثورية . أما فى الدولة النامية فان الناشر الجديد ، أو المحرر أو صاحب محل بيع الكتب ، هو غالبا فى « أرض بلا خارطة » . وتكاد تكون كل ناحية من نواحى عمله تلمس موضعا لقدمه — تحسسا وجسا لركيزة عليه أن يقدر لرجله قبل الخطو موضعها ، أو ربما تكون ضد تقاليد ما أو عرف ما أو سنة من سنن القوم لا يستطيع لها بديلا الا بشق النفس .

اعتبر ، مثلا ، المؤلف الذى فرغ من كتابة مخطوطه ·

فاذا كان مؤلفا أوربيا أو امريكيا ، فأكبر الظن أنه كان متصلا فى مرحلة مبكرة مع أحد محررى احدى دور النشر ، شجعه على كتابة المخطوط · ولعله فعلا قد تعاقد على كتابة المخطوط ·

ولكن حتى اذا كان قد أعد المخطوط من تلقاء نفسه ، فيكاد يكون ضربا من المحال أن يذهب الى طباع يحول له المخطوط الى كتاب ثم يحاول تســـويق الكتاب بنفســـه .

ومهما يكن مقتنعا بقيمة مخطوطه ، فهو يعرف أن قبول نـاشر لمخطوطه (وهذا يعنى أن خبيرا متخصصا قد قرر أن المخطوط جيد بدرجة كافية تسوغ المغامرة بماله الخاص فى طبعه ونشره) علامة لازمة على تقبل جمهور القراء لمؤلفه · وهو يتوقع من المحرر التابع للناشر أن يساعده على تحسين مخطوطه وتجويده ·

وقد لا يكون ملما الماما وثيقا باجراءات النشر ، ولكنه على وعى بوجود مصممى الكتب ومدرك بأن اسهامهم خليق بتزكية بيع كتابهوالدفعبهقدما ·

وليس ثمة ما يدعوه الى سوء الظن بالناشر على الاطلاق ، فكل الدلالات تومىء الى أنه لن يكون الا فى غاية الامانة والقسط فى الوفاء بحقوق التأليف وحساب عدد الكتب التى ستطرح للبيع ·

وطبعا ، قد لا يتسنى له ملازمة الناشر فى كل خطوة ورؤية كل ما يفعله بعينه فى كل أمر ، ولكنه ، بصفة عامة ، يتقبل هذه الحقيقة الأساسية : أن مهارة الناشر وموظفيه كفيلة بأن تزوده بعدد أكبر من القراء ، فتوسع دائرة قراءة كتابه ، ومن ثم تزيد من عائده عليه ، حتى اذا نال الناشر من وراء ذلك بعض الربح أيضا ، أكثر مما هو فى مستطاعه اذا أخذ المخطوط بنفسه الى الطابع وتولى هو بنفسه عمل الناشر .

ومن جهة أخرى ، فالذى يحدث فى بعض الدول النامية ، أن الميل الطبيعى للمؤلف ، فى غياب صناعة للنشر ذات تقاليد راسخة ، يدفعه الى أخذ مخطوطه للطباع ، ويتولى هو بنفسه عمل الناشر ، ويصبح هو « ناشر » نفسه · ولعله يعتبر الموجودين من الناشرين مجرد « وسطاء » .

واذا قرر فعـــلا الذهاب الى ناشر ما ، فلعله يتساءل عن حق الناشر فى تحرير المخطوط أو التدخل فيه بأى حال من الأحوال .

ان افتقاره الى الثقة فى مقدرة الناشر على الحصول على أوسع سوق ممكن لكتابه ، وفى امانته فى حساب عد النسخ المبيعة ، ربما تدفعه الى ايثار تسلم مبلغ أجمالى مقدما لقاء مؤلفه ، دفعة واحدة (ومن ثم ينيخ بكلكله على رأس مال الناشر المحدود) بدلا من المغامرة باتاحة الفرصة لنفسه لأخذ دخل أكبر على فترة من السنوات لقاء حقوق التأليف والبيع على أقساط .

ان خرق التقاليد القديمة والنفاذ الى تقاليد جيدة يتطلب الثقة ــ مقدارا كبيرا من الثقة .

ومن ثم ، يلزم توكيد عنصر الثقة باعتبـــار أنه ، يقينا ، الهدف الأولى للتدريب .

التدريب فى الدول المتقدمة

بصفة عامة ، يمكن القول بأن التدريب فى الدول ذات صناعة الكتاب الراسخة طويلا ، يتولى أمر نفسه .

وفيما عدا الميدان المتخصص للطباعة ، حيث يتطلب تدريبا مهنيا منظما دقيقا قبل الاستخدام ، وكذلك ادارة دور الطبع التى تتطلب برنامج تدريب واسع النطاق ، وطويل الأجل بعد مرحلة التعليم الثانوى ، فليس ثمة برامج اكاديمية شاملة معترف بها أو لازمة تعد الفرد الى دخول مهنة نشر الكتب على غرار ما تعد مدرسة الصحافة الفرد لدخول عالم الصحافة .

وغنى عن القول أن هناك مقررات دراسية فى التحرير وغيره من نواحى النشر تعطى فى المعاهد الأكاديمية وكثير من مدارس الفنون تشمل مقررات فى تصميم الكتاب والرسوم والزخرفة ضمن برامجها .

وفى الولايات المتحدة الامريكية توجد برامج قصيرة المدى تقدمها كليات معينة ، خصوصا فى بوسطون ونيويورك تعالج اجراءات النشر .

ان أى شاب أو شابة تواق الى دخول ميدان من ميادين النشر ، وقد أتم واحدا من هذه البرامج ، تكون له ميزة خاصة بدون شك عند البحث عن وظيفة ترجح كفته ، ولكن اتمام مقرر من هذا النوع ليس شرطا عاما لازما للتوظف لدى الناشر .

لقد بادرت المعاهد التربوية من تلقاء نفسها الى انشاء مثل هذه المقررات والبرامج ، ولم تكن صناعة الكتاب نفسها هى التى أخذت بزمام المبادرة فى هذا الصدد .

وتقليديا ، لم تنظر الاتحادات التجارية الى التدريب على أنه اهتمام رئيسى يقع على عاتقها ، والناشرون كأفراد ، وخصوصا فى أمريكا ، لم يشعروا بالحاجة الى الاسهام فى التدريب العام الذى تعضده الصناعة وتدعمه .

وثمة استثناء جدير بالذكر ، مما سبق ، وهو مدرسة بائعى الكتب فى فرانكفورت على الماين ، وهى مدرسة يمولها ويعضدها اتحاد بائعى الكتب الالمانيين وولاية هيسى مشتركين .

وهذه المدرسة تعطى برنامجا شاملا لمدة سبعة أسابيع فى بيع الكتب ، يتكرر حوالى ست مرات كل عام . وفى كل عام تخرج المدرسة عديدا من مئات الشباب الالمانى المؤهلين مهنيا لدخول حرفة تجارة الكتاب بالقطاعى .

ولكن اذا تركنا مثل هذه الاستثناءات جانبا ، فان التدريب فى نشر الكتاب كان دائما تقليديا ، مسألة تعلم بالعمل والممارسة .

فالمرء يحصل على وظيفة فى النشر ، ربما كمساعد فى شئون التحرير ، أو كبائع أو مصمم ، أو وظيفة فى مستودع كتب كموظف مبتدىء ، ثم بالعمل مع اعضاء هيئة الموظفين الاكثر خبرة ودراية يقضى مدة تمرين «تلميذ الصنعة» ، وهى مدة قد تنظم على نحو رسمى جدا ، أو قد لا تتخذ أية صبغة رسمية أو شكلية . وحيث ان الترقية تتوقف على الخبرة وتعلم « سر المهنة » ، فان

المبتدىء عادة يريد ان يتعلم كل ما فى وسعه ليس فقط عن وظيفته المعينة ، ولكن عن عملية تجارة الكتاب شمولا واحاطة ٠

وفى السنوات الأخيرة ، على الأقل فى الولايات المتحدة الأمريكية ، أصبحت « برامج تمرين تلاميذ الصنعة » هذه ، أكثر تنظيما رسميا فى عدد من دور النشر ٠

وبمجرد أن ينال الموظف شيئا من الخبرة ، وينتقل الى مركز مسئولية أكبر ، فهنالك فرص متاحة أمامه لمزيد من التدريب ٠

فاذا كانت المعاهد التربوية المحلية تعطى مقررات مسائية فى أية ناحية من نواحى النشر ، فقد يهرع الى الانخراط فى سلكها من تلقاء نفسه ٠ ولسوف يقرأ مجلات صناعة الكتاب ، وقد يحضر حلقات البحث والتدريب المهنية التى تقام تحت رعاية واشراف الاتحادات المهنية والحرفية . ولكن لعل الأهم من ذلك كله ، هو اتصالاته بنظرائه فى الدور الأخرى والمؤسسات ، وهى خليقة بأن تزيد من معرفته والمامه بكيفية أداء كل شىء عموما فى شتى انحاء الصناعة.

ومع كل ذلك يأتى الاحساس بالمهنة والانتماء اليها ، وهذا لا يزيد عن كونه طريقة أخرى للقول بأنه قد أكتسب الثقة ٠

التدريب فى الدول النامية

والآن فلننظر فى مشكلة التدريب فى صناعة الكتاب فى الدول النامية ، حيث الوضع قد يكون جد مختلف ٠

وفى كثير من الدول النامية يوجد أفراد لديهم رأس المال والرغبة لولوج ميدان النشر ، ويتعين عليهم أن يقفزوا قفزة فجائية فى نشر الكتاب ٠

وقد لا تكون ثمة دور نشر موجودة ، أو محال كتب كبيرة يمكن فيها الحصول على الخبرة ٠ وربما لا تكون هناك مقررات جامعية تقدم للمرء هذه الخدمة ٠

وربما لا يكون ثمة اتحاد حرفى قادر على مد يد العون أو التزويد بالمعلومات من أى نوع . وقد تكون النشرات الدورية الخاصة بصناعة الكتاب اما غير موجودة أو عسيرة المنال أولا تعالج سوى النشر والطباعة فى الدول المتقدمة .

لنفرض أن شخصا من هذه الفئة التى لديها رأس المال والرغبة فى ولوج ميدان النشر ، أقدم غير هياب ولا وجل ودخل ميدان نشر الكتاب • انه سرعان ما يحتاج الى تكوين هيئة موظفين . ولكن نظرا لأن بلده يفتقر الى صناعة كتاب كاملة ، فلن يجد مددا من المحررين ذوى الخبرة والمصممين ذوى الدراية والتخصص •

لذلك يتعين عليه أن يدربهم بنفسه ، فتلك ضربة لازب •

ولقد ذكرنا فى السياق السابق أن التدريب فى الدول المتقدمة ، يتولى أمر نفسه بنفسه ، على نحو ما • ولم يكن أبدا مشكلة كبيرة لدرجة تتطلب انتباه الصناعة أو الحكومة •

وليست هذه هى الحال فى معظم الدول النامية •

فاذا أرادت هذه الدول أن تنمى صناعات كتاب قوية ناشطة ، دون أن تقطع الشوط التاريخى الطويل الذى قطعته الدول المتقدمة فى هذا المضمار طورا بعد طور ، فان التدريب على كل المستويات ، ولكن بصفة أخص على المستوى الادارى ، أمر حتمى بالغ منتهى الدقة •

والى حد ما ، يمكن تنظيم التدريب وتدبيره فى بلد ذى صناعة كتاب أكثر نموا واطرادا •

ولكن مثل هذا التدريب لا يمكن أن يبدأ لملاقاة الحاجات الكلية برمتها •

لذلك يجب خلق الفرص التدريبية المحلية لبناء هيئة الناس المزودين بالمعرفة المهنية المتخصصة اللازمة والمهارات والقدرات والثقة لكى يمضوا قدما فى هذا المضمار .

كيف يمكن احراز ذلك ؟

بطرق كثيرة طبعا .

والقائمة التالية تشير الى بعض الوسائل المستعملة فى عدد قليل من الدول :

١ ـ ينبغى اقناع مدارس الصحافة بأن تضم برامج ومقررات فى نشر الكتاب • ان العلاقة بين الكتب والصحف ، أكثر قربا على نحو وثيق فى الدول النامية منها فى الدول المتقدمة • ان كثيرا من الصحف فى الدول النامية ، وقد فطنت الى ان مطابعها ليست مشغولة سوى ساعات قليلة فى اليوم ، تستعمل « وقت الجزر » أو انحسار الموجة عن هذه المطابع فى انتاج الكتب • بل ان عددا لايستهان به من ناشرى الصحف أصبحوا ناشرى كتب أيضا .

ولعل المستقبل يرى هذه الظاهرة مكررة فى كثير من الدول • وهى ظاهرة يمكن الدفع بها قدما والتعجيل بها بمساعدة مدارس الصحافة .

٢ ـ ينبغى أن تنظم حلقات البحث القومية والاقليمية وبرامج التدريب على أساس متواتر دوريا • ومن الوجهة المثالية ، فان المنظمين يجب أن يكونوا أعضاء اتحاد الناشرين المحلى ، اذا وجد أحدها . ولكن قلما يكون هنالك اتحاد ناشرين لديه المقدرة على الاضطلاع بهذا العبء بدون معونة ، مالية وتنظيمية على السواء .

ان المعونة الحكومية (بوساطة وزارة التربية أو وزارة الثقافة) تبدو منطقية ، ولكنها نادرا ما تأتى . ومن ثم فلابد من توافر مقدار كبير من النشاط التنظيمى وراء هذه الحلقات والمؤتمرات والبرامج اذا أريد لها أن تفلح وتؤتى اكلها •

ومن ثم ، فقد تم تنفيذها عادة بمعونة فنية أجنبية أو دولية • بيد أنه ، كلما سارعت الدول النامية فى تدبير هذه المناشط تحت الاشراف المحلى ورعايته ، بدلا من ان تكون المبادرة تحت المعونة الفنية الأجنبية ، كان ذلك خيرا .

وجدير بالاضافة فى هذا السياق ، أنه علاوة على التعليم الفعلى الذى يحدث فى حلقات التدريب العملى كهذه ، فهنالك حصيلتان فرعيتان هامتان تتولدان منها : فهى تؤدى غرض انماء الاحساس بالمهنة فى المشتركين ، وفى نفس

الوقت مع تغطية الصحافة لأخبارها ومناشطها وما يدور فيها من قول وعمل، فانها تصنع صناعة النشر فى بؤرة وعى الجمهور ٠

٣ ـ ثمة حاجة لاثراء وتعلية مستوى معاهد تدريب الفنون الجميلة (فنون الرسم والتخطيط والنقش والحفر) ومدارس التدريب المهنى فى الطباعة ٠

ان عددا من الدول اليوم تنشىء مراكز تدريب الفنون الجميلة ٠ وينبغى أن تشمل مناهج هذه المراكز تصميم الكتب والانتاج ٠

على أنه يجب ان ننكر صراحة ، ان هذه التطـورات لن تحدث بوساطة المبادرة الحكومية على الأرجح ، وان كانت المساعدة الحكومية مطلوبة لها .

ان المبادرة ينبغى أن تنبثق من الناشرين المحليين والطباعين وبائعى الكتب الذين يعملون فى تعاون ٠

التدريب فى الخارج

غنى عن القول أن أى نظام يثبت أنه عملى فى بلد ما ، لن يعمل بالضرورة فى بلد آخر ٠ فثمة فروق واختلافات جوهرية بين صناعات الكتب فى مختلف الدول .

بيد أنه فى نفس الوقت ، ثمة عناصر مشتركة عامة تقوم عليها اية صناعة ناجحة للكتاب :

١ ـ الادارة الكفء القائمة على الحساب السليم (دور النشر ، ومحال الكتب ودور الطباعة) ٠

٢ ـ الاجراءات التى قد تتفاوت أو تختلف من دار لأخرى أو مؤسسة لأخرى ، ولكنها معيارية على نحو ما وكفيلة بالانتاج السريع للكتاب مع الجودة والكفاية ٠

٣ ـ الفكر المتخيل والاقدام فى انشاء وتأليف المخطوطات ، وايصال الكتب للقراء ، والبحث عن وسائل توسيع ونمو سوق الكتاب ٠

٤ ـ الاتحادات الحرفية التى تؤدى الوظائف وتجرى البحوث والدراسات وتنفذ المشروعات التى ليس فى وسع أى ناشر بمفرده أن يأخذها على عاتقه ٠

٥ ـ « صورة للصناعة » تستقر فى اذهان الناس وتنال احترامهم وتجذب الشباب الموهوب ٠

هذه هى المبادىء والاتجاهات الخاصة بصناعة كتاب متقدمة متطورة ، التى يجوز تصديرها ٠ وهى لا تعتمد على « مصنوعات معدنية » أو رأس مال متوسع ٠

وهذه المبادىء والاتجاهات واجدة طريقها فى هذه الآونة عن طريق تبادل الزيارات والدراسات التى يقوم بها الناشرون والطابعون وبائعو الكتب من الدول النامية الى الدول المتقدمة ، حيث يقفون بأنفسهم على كل ما يتصل بصناعة الكتب ويفيدون من خبرات غيرهم فى هذا الصدد .

بيد أن عدد الأشخاص الذين تتاح لهم هذه الفرص قليل ، سواء لأسباب اقتصادية أم لغيرها من الأسباب ، بل ان عدد الذين يجنون ثمار مثل هذه الخبرة على نحو مفيد فعال ، أقل ٠

والمقدرة على اســتيعاب الأفكار واتخاذها ليست عامة تشمل الناس أجمعين ٠

والزائر من احدى الدول النامية الذى يتمثل رد فعله فى أن يقول « ولكننا لا نستطيع أن نفعل ذلك فى بلدنا » انما يخطىء فى الحكم ويجانبه التوفيق . فمن الجلى أن أكثر الناس صلاحية وأهلية للافادة من خبرة التعرض لنشر الكتاب أو الطباعة فى الدول المتقدمة ، لابد أن يكونوا من أصحاب :

أ ـ التعليم فوق المتوسط وسلامة الحكم ٠

ب ـ والخبرة فى صناعة الكتاب فى بلادهم ٠

ج ـ والمسئولية الكافية والمجال الكافى الذى يمكنهم من احداث التغيير المنشود اذا كان التغيير ضروريا عندما يعودون الى بلادهم .

ولعل من اكثر الميادين التى تزودنا بأقوى حجة للتدريب فى الدول الأجنبية والافادة من التطور السابق فى هذا المضمار ، هو ادارة مؤسسات الطباعة • أن الحاجة الى الادارة السليمة للطباعة ، وعلى الأخص فى القطاع العام ، حاجة عظيمة فى دول كثيرة •

وقد استثمرت الحكومات ـــ ولا تزال تستثمر ـــ نقدا أجنبيا لا يستهان به فى عتاد الطباعة ، وانه لمن الالتزام الاخلاقى القوى الذى يقع على عاتقها أن تستيقن من أن هذا العتاد :

أ ـ يختار اختيارا سديدا فى محله •

ب ـــ وانه يعمل بأقصى طاقة كفاية ممكنة .

وادارة الطباعة عمل فنى متخصص الى درجة كبيرة •

ومهما يكن الشخص مؤهلا وصالحا كمدير ، الا أنه يحتاج الى مهارة تتجاوز مقدرته الادارية ، لكى يتسنى له ادارة مؤسسة للطباعة ، بكفاية وفلاح •

ولكى نختم هذا الفصل ، فلا جناح علينا من ايجاز النقاط الرئيسية :

١ ـــ ان التدريب لمعظم الأعمال والوظائف الخاصة بصناعة الكتاب ، وانما هو سبيل موصول ، وهو أوسع وأشمل وأعم بكثير من مجرد تعليم مهارات معينة او اجراءات خاصة .

٢ ـ فى حين أن هذا التدريب يتولى أمر نفسه بنفسه ، على نحو ما فى الدول المتقدمة ، الا انه يجب أن تعطى له الأولوية بالدرجة الأولى فى الدول النامية •

٣ ـــ ان المعونة الأجنبية لا يمكنها أن تؤدى الا دورا ثانويا صـــغيرا فى التدريب الخاص لصناعة الكتاب فى الدول النامية . يجب أن يأتى الحافز أو الدافع ـ أساسا ـ من الناشرين والطباعين وبائعى الكتب المحليين •

رقم الايداع بدار الكتب ٥٠٨٥ / ١٩٧٠

هـــذا الكتـــاب

سفير الحضارة ورسول الثقافة عبر بلاد العـالم وعبر التاريخ وعبر الفنون والعلوم . على أوراقه وعلى حروفه الدقيقة قامت حضارات العالم واندفع الانسان يخترق الفضاء ليضع على القمر اقدامه .

وهذا الكتاب يتناول صناعة الكتاب والمستوى الذى يجب أن تسعى اليه . فهو يرى أن الكتـاب يجب أن يتحـرى المستوى المرتفع فى أقصى درجات ارتفاعه فى لغة يسيرة قريبة سائغة عند الناس أجمعين . فالمؤلف يرى أن الفكرة العميقة لا تؤدى وظيفتها ان لم تكن معروضة فى ابسط الاشكال وأكثر يسرا فهى لا تستطيع أن تنتقل بين الاغلبية العظمى من الناس الا اذا كانت خفيفة رشيقة غير مثقلة بالصعوبات والتعقيدات .

ما هى مشكلات الكتاب وكيف تقف الحدود عقبة فى سبيل انتشاره فى كثير من الاحيان وكيف نتغلب على هذه المشكلات ... ستجد الاجابة على هذا جميعه بين دفتى هذا الكتاب .

انه كتاب لا بد أن يقرأ .



الثمن ٦٥ ص

مطابع ال